

(19) 世界知的所有権機関
国際事務局



(43) 国際公開日
2002 年 11 月 14 日 (14.11.2002)

PCT

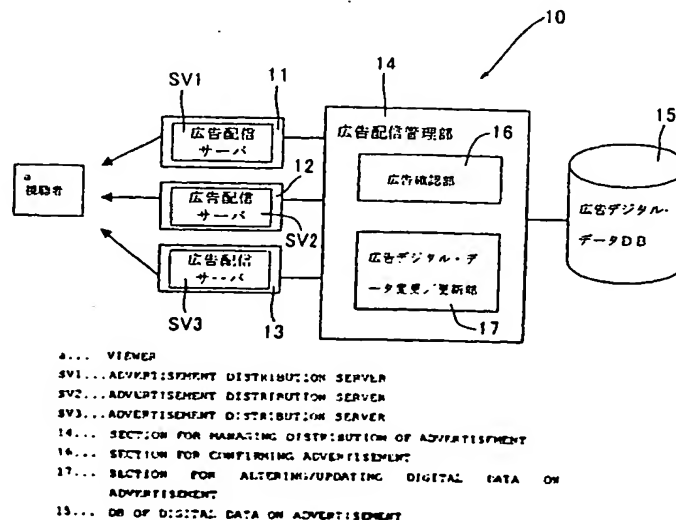
(10) 国際公開番号
WO 02/091262 A1

- (51) 国際特許分類⁷: G06F 17/60, 17/30, H04N 5/22 (72) 発明者; および
(75) 発明者/出願人 (米国についてのみ): 飯島章夫 (IIJIMA, Akio) [JP/JP]; 〒158-0092 東京都世田谷区野毛2-10-11-507 Tokyo (JP).
- (21) 国際出願番号: PCT/JP01/06800
- (22) 国際出願日: 2001 年 8 月 8 日 (08.08.2001) (74) 代理人: 中村 稔, 外 (NAKAMURA, Minoru et al.); 〒100-8355 東京都千代田区丸の内3丁目3番1号 新東京ビル Tokyo (JP).
- (25) 国際出願の言語: 日本語
- (26) 国際公開の言語: 日本語 (81) 指定国 (国内): AE, AG, AL, AM, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BR, BY, BZ, CA, CH, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DZ, EC, EE, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, HR, HU, ID, IL, IN, IS, JP, KE, KG, KP, KR, KZ, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LV, MA, MD, MG, MK, MN, MW, MX, MZ, NO, NZ, PL, PT, RO, RU, SD, SE, SG, SI, SK, SL, TJ, TM, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VN, YU, ZA, ZW.
- (30) 優先権データ:
特願2001-135112 2001 年 5 月 2 日 (02.05.2001) JP
PCT/JP01/05239 2001 年 6 月 20 日 (20.06.2001) JP
- (71) 出願人 (米国を除く全ての指定国について): 株式会社 電通 (DENTSU INC.) [JP/JP]; 〒104-8426 東京都中央区築地1丁目11番10号 Tokyo (JP). (84) 指定国 (広域): ARIPO 特許 (GH, GM, KE, LS, MW, MZ, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZW), ユーラシア特許 (AM,

[続葉有]

(54) Title: SYSTEM AND METHOD FOR MANAGING DISTRIBUTION OF ADVERTISEMENT

(54) 発明の名称: 広告配信管理システム及び方法



(57) Abstract: An advertisement distribution management system for distributing an advertisement according to the priority for each viewer, selected by a viewer even when the viewer utilizes a plurality of advertisement distribution management systems. The system for distributing an advertisement from a selected advertisement distribution management system to each viewer according to the priority comprises means for distributing an advertisement to a viewer, means for managing an advertisement distributed from the advertisement distributing means to a viewer according to the priority, and an advertisement database where the advertisement digital data on the advertisement distributed from the advertisement distributing means is stored, wherein the advertisement distribution management means comprises means for confirming items related to the advertisement distributed, and means for altering/updating the advertisement digital data stored in the database.

[続葉有]



AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), ヨーロッパ特許 (AT, BE, CH, CY, DE, DK, ES, FI, FR, GB, GR, IE, IT, LU, MC, NL, PT, SE, TR), OAPI 特許 (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG).

2文字コード及び他の略語については、定期発行される各PCTガゼットの巻頭に掲載されている「コードと略語のガイダンスノート」を参照。

添付公開書類:

— 国際調査報告書

(57) 要約:

本発明は、視聴者が複数の広告配信管理システムを利用する場合でも、視聴者により選択された広告配信管理システムから視聴者毎に優先順位に応じた広告を配信することができる広告配信管理システムを提供する。

本発明の課題は、選択された広告配信管理システムから視聴者毎に優先順位に応じた広告を配信する広告配信管理システムであって、視聴者に広告を配信する広告配信手段と、広告配信手段から優先順位に基づいて視聴者に配信される広告を管理する広告配信管理手段と、広告配信手段から配信される広告の広告デジタル・データを記憶する広告データベースとを備え、広告配信管理手段は、配信される広告に関連する事項を確認する広告確認手段と、広告データベースに記憶されている広告デジタル・データを変更／更新する広告デジタル・データ変更／更新手段とを含む広告配信管理システムによって達成される。

明 細 書

広告配信管理システム及び方法

1. 技術分野

本発明は、一つ又は二つ以上の配信システムを用いて広告を配信及び管理する広告配信管理システム及び方法に関する。

この際、配信とは、視聴者が見ている画面に広告が放映されるように、広告データを送り込むこと全般を指しており、該広告配信管理システムには、家庭にある画面に対して、家庭外にある広告サーバから広告データを送り込む広告配信管理システムも、家庭内にある広告サーバから広告データを送り込む広告配信管理システムも含んでいる。テレビやパソコン等の受像機にハードディスク等の記憶装置が内蔵されていて、該記憶装置から広告データが受像機の再生装置に送り込まれることも配信の中に含むものとする。

2. 背景技術

従来の広告配信管理システムとして、広告を番組から切り離して取り扱い、視聴者毎に各広告に優先順位を付けて、その優先順位により広告を視聴者毎に配信するように構成された広告配信管理システムが提案されている。

また、今までは、テレビによって視聴する広告、パソコンによって視聴する広告、携帯電話で視聴する広告、その他のメディア画面で視聴する広告は、独立して配信されており、同一視聴者が複数のメディアで広告を見る場合に、それぞれの広告が連動して配信されることがなかった。ここで、メディアとは、映像・音声・画像・テキスト・プログラム等を使った放送・通信・情報サービスの提供手段をいい、前記サービスを提供する画面をメディア画面と呼ぶ。

通信・ハード・ソフトの発展に伴い、視聴者が接するメディアは、今後ますます増加し、多様化する傾向にある。例えば、通信のブロード化に伴い、パソコン

や携帯電話でテレビと同じような動画を見ることが可能であるし、テレビ電話やモニター付き家電商品によって、これらの画面も新たなメディアと成り得る。

3. 発明の開示

複数のメディアによる複数の広告配信管理システムが、独立して広告を提供するより、メディアに関係なく、視聴者毎に広告の重み付けが行われ、広告の配信優先順位が統合的に決められ、視聴者がどのメディアを選択し、アクセスしたとしても、そのアクセスした広告配信管理システムから、前記優先順位を基に決定された広告を配信することができる広告配信管理システム及び方法を提供することをその課題とする。

本発明の上記課題は、選択された広告配信管理システムから視聴者毎に優先順位に応じた広告を配信する広告配信管理システムであって、視聴者に広告を配信する広告配信手段と、前記広告配信手段から優先順位に基づいて視聴者に配信される広告を管理する広告配信管理手段と、前記広告配信手段から配信される広告の広告デジタル・データを記憶する広告データベースとを備え、前記広告配信管理手段は、前記配信される広告に関連する事項を確認する広告確認手段と、前記広告データベースに記憶されている前記広告デジタル・データを変更／更新する広告デジタル・データ変更／更新手段とを含む広告配信管理システムによって達成される。

本発明の上記課題は、選択された広告配信管理システムから視聴者毎に優先順位に応じた広告を配信する広告配信管理方法であって、視聴者に広告を配信する段階と、優先順位に基づいて視聴者に配信される広告を管理する段階と、前記配信される広告の広告デジタル・データを広告データベースに記憶する段階とを具備し、前記広告を管理する段階は、前記配信される広告に関連する事項を確認する段階と、前記広告データベースに記憶されている前記広告デジタル・データを変更／更新する段階とを含む広告配信管理方法によって達成される。

本発明の上記課題は、選択された広告配信管理システムから顧客毎に優先順位に応じた広告を配信する広告配信管理システムであって、顧客に対する広告の順位決定係数を決定する広告配信順位管理手段と、前記顧客に対する前記広告の許諾確認係数を決定する広告許諾管理手段と、前記顧客に対する前記広告を配信する広告配信手段とを備え、前記広告配信手段は、前記広告配信順位管理手段で決定された前記順位決定係数及び前記広告許諾管理手段で決定された前記許諾確認係数に基づき広告配信スケジュールを決定し、当該決定した広告配信スケジュールに基づき前記顧客に対して広告配信を行う広告配信管理システムによって達成される。

本発明の上記課題は、選択された広告配信管理システムから顧客毎に優先順位に応じた広告を配信する広告配信管理方法であって、顧客に対する広告の順位決定係数を決定する段階と、前記顧客に対する前記広告の許諾確認係数を決定する段階と、前記決定された順位決定係数及び許諾確認係数に基づき広告配信スケジュールを決定する段階と、前記決定した広告配信スケジュールに基づき前記顧客に対する前記広告の配信を行う段階とを具備する広告配信管理方法によって達成される。

本発明の上記課題は、選択された広告配信管理システムから顧客毎に優先順位に応じた広告を配信する広告配信管理システムであって、広告枠に指定広告が存在するかどうかを検出する指定広告検出手段と、指定広告検出手段の検出結果により広告枠に一つ以上の指定広告が存在する場合に該指定広告の優先順位を決定する指定広告優先順位決定手段と、指定広告検出手段の検出結果により広告枠に指定広告が存在しない場合にスポット広告の優先順位を決定するスポット広告優先順位決定手段とを備え、指定広告優先順位決定手段により決定された優先順位又はスポット広告優先順位決定手段により決定された優先順位に基づき顧客に対して広告配信を行う広告配信管理システムによって達成される。

本発明の広告配信管理システムでは、広告確認手段は、優先順位的に配信準備に入るべき広告の業種、商品または広告主が、挿入される番組または現在アクセスしている配信事業者の規制に適合するかどうかを確認するように構成してもよい。

本発明の広告配信管理システムでは、優先順位的に配信準備に入るべき広告が挿入される番組または番組タイプが、該広告の広告主による挿入拒絶番組、または挿入拒絶番組タイプであるかどうかを確認するように構成してもよい。

本発明の広告配信管理システムでは、広告確認手段は、優先順位的に配信準備に入るべき広告の広告デジタルデータが、現在アクセスしている広告配信手段に存在しているかどうかを確認するように構成してもよい。

本発明の広告配信管理システムでは、広告確認手段は、優先順位的に配信準備に入るべき広告の広告デジタルデータが、現在アクセスしている広告配信手段に異なるフォームで複数存在している場合に、どのデータが配信されるべきかを判断するように構成してもよい。

本発明の広告配信管理システムでは、広告確認手段は、優先順位的に配信準備に入るべき広告が、現在アクセスしている配信システムによる配信形態、配信期限、配信地域、配信対象、配信サービスの少なくとも一つ又は二つ以上について、放映許諾を受けている範囲内かどうかを確認するように構成してもよい。

本発明の広告配信管理システムでは、広告確認手段は、優先順位的に配信準備に入るべき広告の広告デジタルデータの放映秒数が、挿入予定の広告枠時間内に挿入可能であるかどうかを確認するように構成してもよい。

本発明の広告配信管理システムでは、広告デジタル・データ変更/更新手段は、上述した確認時に、広告デジタルデータを変更/更新する必要があると判断された場合には、広告デジタルデータを変更/更新するように構成してもよい。

本発明の広告配信管理システムでは、広告デジタル・データ変更/更新手段は

、広告確認手段による配信時点における確認／判断の結果に応じて、配信不可及
び配信可能の場合にそれぞれ所定の係数を割り当て、全ての係数を広告に重み付
けするように構成してもよい。

本発明の広告配信管理方法では、確認する段階は、優先順位的に配信準備に入
るべき広告の業種、商品または広告主が、挿入される番組または現在アクセスし
ている配信事業者の規制に適合するかどうかを確認する段階を更に具備してもよ
い。

本発明の広告配信管理方法では、優先順位的に配信準備に入るべき広告が挿入
される番組または番組タイプが、該広告の広告主による挿入拒絶番組、または挿
入拒絶番組タイプであるかどうかを確認する段階を更に具備してもよい。

本発明の広告配信管理方法では、確認する段階は、優先順位的に配信準備に入
るべき広告の広告デジタルデータが、現在アクセスしている配信サーバに存在し
ているかどうかを確認する段階を更に具備してもよい。

本発明の広告配信管理方法では、確認する段階は、優先順位的に配信準備に入
るべき広告の広告デジタルデータが、現在アクセスしている配信サーバに異なる
フォームで複数存在している場合に、どのデータが配信されるべきかを判断する
段階を更に具備してもよい。

本発明の広告配信管理方法では、確認する段階は、優先順位的に配信準備に入
るべき広告が、現在アクセスしている配信システムによる配信形態、配信期限、
配信地域、配信対象、配信サービスの少なくとも一つ又は二つ以上について、放
映許諾を受けている範囲内かどうかを確認する段階を更に具備してもよい。

本発明の広告配信管理方法では、確認する段階は、優先順位的に配信準備に入
るべき広告の広告デジタル・データの放映秒数が、挿入予定の広告枠時間内に挿
入可能であるかどうかを確認する段階を更に具備してもよい。

本発明の広告配信管理方法では、変更／更新する段階は、上述した確認時に、

広告デジタルデータを変更/更新する必要があると判断された場合には、該広告デジタルデータを変更/更新するようにしてもよい。

本発明の広告配信管理方法では、変更/更新する段階は、確認する段階による配信時点における確認/判断の結果に応じて、配信不可及び配信可能の場合にそれぞれ所定の係数を割り当て、全ての係数を広告に重み付けするようにしてもよい。

4. 図面の簡単な説明

図1は、本発明による広告配信管理システムの一実施例の構成を示す概略ブロック図である；

図2 aは、図1の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図2 bは、図1の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図3は、本発明による広告配信管理システムの別の実施例の構成を示す概略ブロック図である；

図4 aは、図3の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図4 bは、図3の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図4 cは、図3の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図4 dは、図3の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図4 eは、図3の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図4 fは、図3の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図4 gは、図3の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図4 g-1は、図3の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図4 hは、図3の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図4 iは、図3の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図4 jは、図3の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図4 kは、図3の広告配信管理システムの処理動作を説明するためのフロー図である；

図5は、図3の広告配信管理システムによる指定広告の広告配信を説明するための構成図である；

図6は、図3の広告配信管理システムによるスポット広告の広告配信を説明するための構成図である；

図7は、図3の広告配信管理システムによる指定広告及びスポット広告の広告配信処理を説明するための概略フロー図である。

図8は、図3の広告配信管理システムを利用した広告配信の別の実施例を示す概略構成図である。

5. 発明を実施するための最良の形態

以下、添付した図面を参照して、本発明による広告配信管理システム及び方法の実施例を説明する。

図 1 は、本発明による広告配信管理システムの一実施例の構成を示す概略図である。

図 1 の広告配信管理システム 10 は、視聴者に広告を配信する広告配信サーバ（以下、配信サーバと称する場合もある）SV 1 ～ SV 3 を有する広告配信部 11 ～ 13 と、広告配信部 11 ～ 13 から視聴者に優先順位により配信される広告を管理する広告配信管理部 14 と、広告配信部 11 ～ 13 から配信される広告の広告デジタル・データを記憶する広告データベース 15 とを備えている。

本発明の主要部を構成する広告配信管理部 14 は、配信される広告に関して以下に説明する事項を確認する広告確認部 16 と、広告データベース 15 に記憶されている広告デジタル・データを変更／更新する広告デジタル・データ変更／更新部 17 とを含む。

次に、図 2 a 及び図 2 b のフロー図を参照して、本発明の主要部を構成している広告配信管理部 14 の動作について説明する。

広告配信管理部 14 の広告確認部 16 は、以下の確認を行う：

（１）優先順位的に配信準備に入るべき広告の「業種」または「商品」または「広告主」が、「挿入される番組」または「現在アクセスしている配信事業者」の規制に適合するかどうか、例えば、番組の提供スポンサーと競合である場合等を確認する（ステップ S 1）。

（２）優先順位的に配信準備に入るべき広告が挿入される番組または番組タイプが、該広告の広告主による挿入拒絶番組、または挿入拒絶番組タイプであるかどうかを確認する（ステップ S 2）。

（３）優先順位的に配信準備に入るべき広告の「広告デジタルデータ」が、現在アクセスしている広告配信管理システムの配信サーバ（SV 1 ～ SV 3 のいずれか）に存在しているかどうか確認する（ステップ S 3）。

（４）（広告データベース 15 に記憶されている）優先順位的に配信準備に入る

べき広告の「広告デジタルデータ」が、現在アクセスしている配信システムの配信サーバに、異なるフォーム（フォーマット、圧縮率、画素数、セキュリティ機能等）で、複数存在しており、どのデータが配信されるべきか判断する（ステップS4）。

（5）優先順位的に配信準備に入るべき広告が、現在アクセスしている配信システムによる配信形態、配信期限、配信地域、配信対象、配信サービスにおいて、放映許諾を受けている範囲内かどうかを確認する（ステップS5）。

（6）優先順位的に配信準備に入るべき広告の広告デジタルデータの放映秒数が、挿入予定の広告枠時間内にはまるものかどうかを確認する（ステップS6）。

上記（4）～（6）で「広告デジタルデータ」を変更/更新する必要があると判断された場合には、広告デジタル・データ変更/更新部17は、「広告デジタルデータ」を変更/更新する（ステップS7）。

広告デジタル・データ変更/更新部17は、広告確認部16による配信時点における確認/判断の結果に応じて、配信不可であれば0（ゼロ）を、配信可能であれば、1を係数として割り当て、全ての係数を広告の重みに乗する（ステップS8）。

そして、配信サーバ（SV1～SV3のいずれか）は、係数が重み付けされた広告を視聴者に配信する（ステップS9）。

上述した実施例の広告配信管理システムによれば、配信時点における確認、判断を行うことが可能になり、視聴者毎に優先順位の付けられた広告リストに基づきかつ視聴者が実際にアクセスしている配信システムに対応した、広告デジタル・データ配信管理を行うことができる。

図3は、本発明による広告配信管理システムの別の実施例の構成を示す概略図である。

図3の広告配信管理システム100は、顧客に対する広告の順位決定係数を求めるように構成された広告配信順位管理部110、顧客に対する広告の許諾確認係数を求めるように構成された広告許諾管理部120、及び顧客に対する広告の配信スケジュールを決定して広告配信を行うように構成された広告配信部130により構成されている。

広告配信順位管理部110は、クライアントデマンド・データベース110-1、履歴データベース110-2、及び顧客データベース110-3を備えている。広告許諾管理部120は、広告属性データベース120-1及びAD-Memories（広告放映許諾管理システム）120-2を備えている。広告配信部130は、広告サーバ130-1、指定広告検出装置130-2、及び配信順位指定装置130-3を備えている。

次に、図4a～図4kのフロー図を参照して、図3の広告配信管理システム100を構成している各構成部分による処理動作を説明する。

1. 広告配信順位管理部110

広告配信順位管理部110は、顧客Uに対する広告Kの順位決定係数Xを求めるように構成されており、以下に説明するような動作を実行する：

A) クライアント・デマンド・データベース110-1への登録

広告Kを見て欲しいターゲットの属性（例えば、性別、年齢、住所、視聴地域、趣味嗜好、ネット上での視聴及び行動履歴等）を登録し（ステップA1）、広告Kを見て欲しい日時の範囲や天気を登録し（ステップA2）、広告Kを見てもらう期間を登録し（ステップA3）、上記期間中に見てもらうべき広告Kの総放映希望回数を登録する（ステップA4）。

ステップA1でいう、ネット上での視聴及び行動履歴というのは、例えば、あるコンテンツを見て、特定の行動をした視聴者には優先的に広告Kを見せたいとか、あるコンテンツを数回（例えば、5回）見た人には、優先的に広告Kを見

せたいといった

視聴者のアクションに対し、クライアントのデマンドを登録し、重み付けできることである。

ステップA2における日時の範囲というのは、ターゲットに見て欲しい①日にちあるいは、②時間帯、あるいは③日にちと時間帯の掛け合わせをに対して、重み付けをできることをいう。

例えば、①なるべく月末に見て欲しいもの、なるべく休日に見て欲しいものといった日にちによる重み付けや、②なるべく夕食準備前に見て欲しいもの、なるべく朝食時に見て欲しいものといった時間帯による重み付けや、③なるべく平日の昼間に見て欲しいもの、なるべく休日前の夜に見て欲しいものといった、日にちと時間帯の掛け合わせに対する重み付けができるようにする。

また、同じくステップA2における天気というのは、ターゲットに見て欲しい天気を登録し、重み付けをできることをいう。

例えば、天気の地方と雨の地方で、広告を差換えられるよう、両方のバージョンを用意し、重みに差をつけるようなこともできる。

B) 顧客履歴のキャプチャー及び履歴データベース110-2への保存

全顧客に関わる履歴について、広告Kの総既放映回数を履歴データベース110-2にアップデートし（ステップB1）、顧客Uに個別に関わる履歴について、予め広告主等により指定されたキーとなる視聴行動（特殊履歴と称する）を行った場合、それを履歴データベース110-2に記録し（ステップB2）、顧客Uによる広告Kの既視聴回数を履歴データベース110-2にアップデートする（ステップB3）。

C) 広告に関するマッチングによる項目毎の係数の決定

ユーザIDに基づき、顧客データベース110-3に登録されたユーザ属性と、クライアント・デマンド・データベース110-1に登録されたターゲット属

性との一致度によって係数 α を決定し（ステップC1）、現行時間に基づいた予測CM視聴時間帯とターゲット時間帯との一致度によって係数 β を決定し（ステップC2）、（総放映希望回数－総既放映回数）／残放映期間により、広告Kの総残放映回数／日を導いて、それに基づき、係数 γ を決定し（ステップC3）、キーとなる特殊履歴を行っているか否かにより、係数 θ を決定し（ステップC4）、顧客Uにとっての広告Kの最大フリークエンシー規制回数 e と、顧客Uへの広告K既放映回数 f とを比較し、 $e > f$ ならば1になるように、また、 $e \leq f$ ならば0になるように、係数を決定する（ステップC5）。

D) 顧客の広告に関する順位決定係数の計算

上記ステップ（C1）～（C5）で導き出した係数を用いて、ある一定の演算（例えば、本実施例では乗算）を実行することにより、順位決定係数 $X(K)$ を決定し（ステップD1）、ユーザがログインした段階で全ての広告について順位決定係数 $X(K)$ を計算する（ステップD2）と共に、順位決定係数 $X(K)$ の値を一定時間おきに再計算して更新する（ステップD3）。

2. 広告許諾管理部120

広告許諾管理部120は、顧客Uに対する広告Kの許諾確認係数 Y を求めるように構成されており、以下の動作を実行する：

E) 広告属性データベース120-1への登録

広告ID番号を登録し（ステップE1）、広告対象商品名を登録し（ステップE2）、広告対象商品の業種を登録し（ステップE3）、広告主名を登録し（ステップE4）、広告の属性に特殊内容がある場合には、その特殊内容を登録する（ステップE5）。

F) 広告放映許諾情報管理システム“Ad-Memories”120-2への登録

広告配信許諾に関する形態情報を登録し（ステップF1）、広告放映許諾に関

する期限情報を登録し（ステップF 2）、広告放映許諾に関する地域情報を登録し（ステップF 3）、広告配信許諾に関する対象情報を登録し（ステップF 4）、広告放映許諾に関するサービス情報を登録し（ステップF 5）、広告放映許諾に関するデータ・フォーム情報を登録する（ステップF 6）。

G) 広告に関するマッチングによる項目毎の係数の決定

事業者による規制データにマッチした広告対象商品名、広告対象商品業種、広告主名、特殊内容が存在するかどうかを確認し、一つでも存在する場合には係数0を割り当て、まったく存在しない場合には係数1を割り当てる（ステップG 1）。番組による規制データにマッチした広告対象商品名、広告対象商品業種、広告主名、特殊内容が存在するかどうかを確認し、一つでも存在する場合には係数0を割り当て、まったく存在しない場合には係数1を割り当てる（ステップG 2）。広告が挿入される予定になっている番組が、広告に付与されている挿入拒絶番組あるいは挿入拒絶番組タイプに当てはまるかどうかを確認し、一つでも当てはまる要素がある場合には、係数0を割り当て、まったく当てはまる要素がない場合には、係数1を割り当てる（ステップG 2. 5）。顧客Uがリクエストした広告配信の形態が“Ad-Memories” 120-2で許諾されているかどうかを確認し、許諾されていない場合には係数0を割り当て、許諾されている場合には係数1を割り当てる（ステップG 3）。顧客Uが広告を視聴する日時が“Ad-Memories” 120-2で許諾された期間内であるかどうかを確認し、許諾されていない場合には係数0を割り当て、許諾されている場合には係数1を割り当てる（ステップG 4）。顧客Uが広告を視聴する地域が“Ad-Memories” 120-2で許諾された地域であるかどうかを確認し、許諾されていない場合には係数0を割り当て、許諾されている場合には係数1を割り当てる（ステップG 5）。顧客Uが放映対象として“Ad-Memories” 120-2で許諾された対象者であるかどうかを確認し、許諾されていない場合には

係数0を割り当て、許諾されている場合には係数1を割り当てる（ステップG6）。顧客Uが広告を視聴するであろう放映サービスが“Ad-Memories”120-2で許諾された放映サービスであるかどうかを確認し、許諾されていない場合には係数0を割り当て、許諾されている場合には係数1を割り当てる（ステップG7）。広告放映のために配信された広告Kのデータ・フォームが“Ad-Memories”120-2で許諾されたデータ・フォームであるかどうかを確認し、許諾されていない場合には係数0を割り当て、許諾されている場合には係数1を割り当てる（ステップTG8）。

H) 許諾確認係数の決定

上記ステップ（G1）～（G8）で導き出した係数を用いて、ある一定の演算（例えば、本実施例では乗算）を実行することにより、許諾確認係数 $Y(K)$ を決定し（ステップH1）、許諾確認係数 $Y(K)$ は、事前に計算できるものについては事前に計算する（ステップH2）。また、顧客Uのリクエスト時に計算しなければならないものについては追加計算を行って広告配信前に許諾確認係数 $Y(K)$ の値を決定する（ステップH3）。

3. 広告配信部130

広告配信部130は、顧客Uに対する広告の配信スケジュールを決定して広告配信を行うように構成されており、以下の動作を実行する：

I) 配信優先順位の決定

広告サーバ130-1に蓄積されている全ての広告について順位決定係数 $X(K) * \text{許諾確認係数 } Y(K)$ を計算し、得られた値が大きい広告から配信優先順位を決定する（ステップI）。

J) 配信スケジュールの決定

上記（I）で決定された配信優先順位に基づき、顧客が視聴しようとする番組への広告挿入タイミング及び当該広告挿入タイミングに割り当てられた時間内で

の広告配信順序を決定する（ステップJ 1）。

配信予定の広告の放映秒数 f が予定された広告挿入タイミングでの割り当て残り秒数 g を超える（ $f > g$ ）場合には、係数 0 が掛けられて、次の順番にまわされる（即ち、次の広告挿入タイミングの 1 番目になる）（ステップJ 2）。

また、配信予定の広告の放映秒数 f が予定された広告挿入タイミングでの割り当て残り秒数 g に等しいかまたは小さい（ $f \leq g$ ）場合には、係数 1 が掛けられて、その配信スケジュールの指示が配信順位指示装置 130-3 で決定されて CMサーバ 130-1 に出力される（ステップJ 3）。

K) 広告データの配信

CMサーバ 130-1 は、番組配信時に、上記（J）で配信順位指示装置 130-3 により決定された配信順位（配信スケジュール）に基づき、その広告挿入タイミングで広告を配信する（ステップK 1）。

指定広告による広告配信

次に、図 5 及び図 7 を参照して、配信すべき広告が指定される場合について説明する。

広告が指定される場合の例としては、以下のものが考えられる：

① コンテンツによる広告指定がある場合

例えば、コンテンツ・ホルダー等によるコンテンツ毎の広告販売がなされた場合等がある。

② 広告枠による広告指定がある場合

例えば、コンテンツの中の複数の広告枠の 1 つまたは 2 つ以上の広告枠が特別に販売された場合等がある。

③ 視聴者による広告指定がある場合

例えば、視聴者がコンテンツを見るにあたって、広告を指定できるようなサ

ービスがあるような場合等である。

次に、指定広告による配信順位付けについて説明する。

(a) 指定された広告群は、全て優先順位が一気に上がるような重み付けが、指定広告係数により付与される。

(b) 指定された広告群の中で、ターゲット、時間帯、特殊履歴等による、異なる重み付けが更に行われることにより、指定された広告群内での、広告差換えが可能になる。

(c) また、指定された広告群の中の各広告は、指定内での最大フリークエンシーが決められており、それを超えた配信が行われることはない。

(d) コンテンツによる広告指定がある場合には、そのコンテンツの広告枠数に対し、指定広告が全て最大フリークエンシーまで流れ、次に流すものがなくなったときには、残りの広告枠は、スポット広告による配信順位決定フローに従って広告配信される。

どのメディアにアクセスしても、統合的に決められた優先順位に従って、広告が配信されることによって、各広告の該視聴者に割り振られた視聴数を効率よく達成できる。

ただし、視聴者が現在アクセスしているメディアや、そのメディアによって提供されている番組コンテンツ、あるいはサービスによって、優先的に配信すべき広告が指定されており、その指定された広告の中で、さらに視聴者によって、広告を差し替えて配信する事が必要な場合がある。

従って、広告枠が存在する番組・コンテンツあるいはサービスにアクセスした場合は、まず、広告指定があるかないかを、指定広告検出装置 130-2 によって検出し、指定広告がある場合には、指定された ID を持つ広告群に指定広告係数として、特別に優先される係数を与えた上で、他の条件を加味して優先順位を決定する。

指定広告がない場合は、前記統合的に決められた優先順位を基にスポット広告として、配信準備が行われる。

指定広告の有無に関わらず、優先順位に従って配信が予定されている広告でも、以下のような事を広告確認手段によって確認した上で、配信準備に入る事が必要な場合がある。

(1) 優先順位的に配信準備に入るべき広告の業種、商品または広告主が、挿入される番組、サービスまたは、現在アクセスしている配信事業者の規制に適合するかどうかを確認する必要がある。

(2) 前記優先順位的に配信準備に入るべき広告の広告主が、挿入される番組、サービスまたは、現在アクセスしている配信事業者での放映を規制しているかどうかを確認する必要がある。

(3) 前記優先順位的に配信準備に入るべき広告の前記広告デジタル・データが、現在アクセスしている前記広告配信手段に適したデータとして存在しているかどうかを確認する必要がある。

(4) 前記優先順位的に配信準備に入るべき広告の前記広告デジタル・データが現在アクセスしている前記広告配信手段の中に異なるフォームで複数存在している場合に、どのデータが配信されるべきかを判断する必要がある。

(5) 前記優先順位的に配信準備に入るべき広告が現在アクセスしている配信システムによる配信形態、配信期限、配信地域、配信対象・サービスの少なくとも一つ又は二つ以上について、放映許諾を受けている範囲内かどうかを確認する必要がある。

(6) 前記優先順位的に配信準備に入るべき広告の前記広告デジタル・データの放映秒数が、挿入予定の広告枠時間内に挿入可能であるかどうかを確認する必要がある。

広告枠が存在する番組・コンテンツあるいはサービスにアクセスした時点で、

指定広告検出装置 130-2 によって、広告指定があるかないかを検出し、指定広告がある場合と指定広告がない場合のどちらのプログラムに従って、優先順位を算出すべきかを指示する。

視聴者が現在アクセスしているメディアや、そのメディアによって提供されている番組コンテンツ、あるいはサービスによって、優先的に配信すべき広告が指定されており、その指定された広告の中で、さらに視聴者によって、広告を差し替えて配信する順位を決定する例：

例

ある番組Aに、自動車会社Tがスポンサードしており、指定広告として、T社の自動車CMが3車種分（スポーツカータイプ、高級車タイプ、普及車タイプ）、指定されたとする。

この際、該番組Aを見ている視聴者に対し、T社から、次のようなオーダーを受けたとする：「スポーツカータイプは30才代以下の視聴者にのみ2回見せ、高級車タイプは40才代以上の視聴者にのみ2回見せ、普及車タイプは全世代に1回見せるような割振りで、CMを見せたい。」。

まず、「指定広告による配信順位決定」のプログラムで、放映優先係数Xが算出される。

指定された3種のCMは、番組Aの広告枠で優先的に配信されるように、指定広告係数100が割り当てられる。

スポーツカータイプは、30才代以下の視聴者にターゲット係数2、40才代以上の視聴者にターゲット係数0を割り振る。

高級車タイプは、30才代以下の視聴者にターゲット係数0、40才以上の視聴者にターゲット係数2を割り振る。

普及車タイプは、全世代の視聴者に対し、ターゲット係数1を割り振る。

各CMの各視聴者に対する重みは、指定広告係数×ターゲット係数で、表1

に示すように算出される：

【表 1】

	30代以下視聴者の重み	40代以上視聴者の重み	最大フリークエンシー
スポーツカータイプ°	200	0	2回
高級車タイプ°	0	200	2回
普及車タイプ°	100	100	1回

優先順位を決める為の放映優先係数の算出は、15分ごとに、新たに行なわれる。これにより、30才代以下の視聴者は、スポーツカータイプのCMを15分おきに2回、普及車タイプのCMを1回視聴し、残りの広告枠は後述する「スポット広告による配信順位決定」のプログラムによって決められたCMを視聴する。

40才代以上の視聴者は、高級車タイプのCMを15分おきに2回、普及車タイプのCMを1回視聴し、残りの広告枠は、後述する「スポット広告による配信順位決定」のプログラムによって決められたCMを視聴する。

スポット広告による広告配信

次に、図6及び図7を参照して、スポット広告による広告配信について説明する。

視聴者が現在アクセスしているメディアや、そのメディアによって提供されている番組コンテンツ、あるいはサービスによって、優先的に配信すべき広告が指定されておらず、統合的に決められた優先順位を基に、広告確認手段による確認を行った上で、配信順位を決定する例：

(1) の例

例えば視聴者 α が自動車会社T社の提供する番組を視聴時に、広告枠が存在

し、優先順位上位のH社の自動車広告が配信準備に入る為、広告確認手段により、チェックを受けたところ、前記番組により、自動車という業種の広告はT社以外のものは放映しないという規制データと前記H社の自動車広告の業種コードとのマッチングにより、係数0が割り当てられ、放映確認係数Yが0になり、前記H社の自動車広告は、配信を保留されることになる。

前記H社の自動車広告は、放映優先係数Xが上位のまま保たれるため、視聴者 α の視聴番組が前記T社の提供する番組から、他の番組に変わり、番組規制による係数が1になり、他の確認事項とも合わせて、放映確認係数Yが1になる時点で、配信されることになる。

(2) の例

例えば視聴者 α が、未成年者視聴規制のあるような残虐なシーンのある番組を視聴時に、広告枠が存在し、優先順位上位の食品メーカーの広告Iが配信準備に入る為、広告確認手段により、チェックを受けたところ、前記広告Iによる、被挿入規制番組の種別と前記視聴中の番組の種別コードとのマッチングにより、係数0が割り当てられ、放映確認係数Yが0になることにより、配信は保留されることになる。

前記広告Iは、放映優先係数Xが上位のまま保たれるため、視聴番組が他の番組に変わり、前記広告Iによる被挿入番組規制とのマッチングにより、係数1となり、他の確認事項とも合わせて、放映確認係数Yが1になる時点で、配信されることになる。

(3) の例

例えば消費者 α が、家庭のTV受像機でデジタル・ハイビジョン番組を視聴中に、広告枠が存在し、優先順位上位の広告Jが配信準備に入る為、広告確認手段により、チェックを受けたところ、前記TV受信機に広告を配信する広告配信管理システムの配信サーバに、前記広告Jのデジタル・データとして、ハイビジョ

ン番組内で放映できるものが存在していないため、係数0が割り当てられ、放映確認係数Yが0になることにより、配信は保留されることになる。

前記広告Jは、放映優先係数Xが上位のまま保たれるため、視聴者 α が別のメディアで番組を見ることになり（同じTV受像機であっても、違うフォーマットによるデータ配信が行なわれる場合には、別のメディアと認識するものとする）、前記新たにアクセスしたメディアの広告配信管理システムに適応した、前記広告Jのデジタル・データが存在し、ここでの係数が1となり、他の確認事項とも合わせて、放映確認係数Yが1になる時点で、配信されることになる。

（４）の例

例えば視聴者 α が家庭のパソコンで動画番組を視聴中に、広告枠が存在し、優先順位上位の広告Kが、配信準備に入るために、広告確認手段によりチェックを受けたところ、前記パソコンに広告を配信する配信システムの配信サーバには、前記広告Kの、データ・サイズの違う（圧縮率、または画面サイズが違う）デジタル・データが、複数存在している場合には、前記パソコンに繋がっている回線の通信状況や、前記パソコンの画面サイズによって、最適な前記広告Kのデジタル・データK-1が選抜され、係数1を与えられ、他の確認事項とも合わせて、放映確認係数Yが1になれば、配信準備に入ることになる。

前記広告Kの、前記K-1以外のデジタル・データは、係数0を与えられ、配信準備からはずされる。

前記K-1が視聴者 α に配信されると、前記広告Kの放映実績は、カウントされ、前記広告Kの放映優先係数は、新たな計算によって算出されることになる。

（５）の例

例えば視聴者 α が、あるメディアにアクセス中に、広告枠が存在し、優先順位上位の広告Lが配信準備に入るために、広告確認手段によりチェックを受けたところ、前記広告Lのデジタル・データそれぞれに対応した、放映許諾情報を広告放

映許諾情報管理システム (=AD-Memories) より呼出し、前記広告Lが配信準備に入ろうとしている広告配信管理システムの配信形態、放映期間、放映地域・場所、配信対象・サービスの各条件が、前記広告Lの放映許諾情報の範囲内であるかどうかを確認し、全て範囲内であれば係数1を、1つ又は2つ以上の条件で範囲外になるものがあれば係数0が割り当てられる。

前記係数1の場合、他の確認事項とも合わせて、放映確認係数Yが1になれば、広告Lは配信準備に入ることになる。

配信形態とは、例えばストリーミングによる配信なのか、ダウンロードによる配信なのか、その場合のセキュリティ・システム (コピー・プロテクト、ライフ・コントロール等) はどうなっているかといったものや、ユーザーが広告を自らの意志で呼び出すPULL型配信なのか、広告がユーザーの意志に関係なく放映されるPUSH型配信なのか等を言う。

放映期間とは、出演者や音楽制作者といった広告に関する権利者との契約や、広告内容に照らし合わせ、広告を配信していい期限 (最も厳しい条件に準拠) を設定したものを言う。

放映地域・場所とは、出演者や音楽制作者といった広告に関する権利者との契約や、広告内容に照らし合わせ、視聴者に広告を見てもらってもよい地域・場所 (最も厳しい条件に準拠) を設定したものを言う。

特に、携帯端末や自動車端末に対する広告配信においては、前記携帯端末や前記自動車端末の現在位置によって、広告の放映許諾範囲内の場所かどうか、ダイナミックに変化する。

配信対象・サービスとは、視聴者に広告を見てもらう広告枠が設定されている対象が、テレビ、パソコン、携帯端末、自動車端末、TV電話、モニター付き家電等の「どういったハード機器をアクセス端末にしたものか?」、あるいは、番組オンデマンド放送、番組リアルタイム放送、通信サービス、情報提供サービス

等の「どんなサービスにおいて設定されたものか？」あるいは、画質、画面サイズ、広告の出方等、「どんな状態で広告が配信されるものか？」、以上をフレキシブルに組み合わせたものを言う。

(6) の例

例えば視聴者 α が、あるメディアにアクセス中に広告枠が存在し、優先順位上位の広告Mが配信準備に入るため、広告確認手段により、チェックを受けたところ、前記広告Mは、30秒の放映時間があるが、前記被挿入予定の広告枠が残り15秒しかないため、係数0が割り当てられ、放映確認係数Yが0になり、前記広告Mは、配信を保留されることになる。

放映優先順位が広告Mの次順位である広告Nは、視聴時間が15秒の為、広告確認手段による放映時間チェックで、係数1が割り当てられ、他の確認事項とも合わせて、放映確認係数Yが1になれば、配信準備に入ることになる。

前記広告Mは、放映優先係数Xが上位に保たれたままの為、次機会の広告枠に30秒以上の確保されていれば、放映時間チェックで、係数が1になる為、他の確認事項とも合わせて、放映確認係数Yが1になれば、配信準備に入ることになる。

上述した広告配信管理システム及び方法よれば、視聴者が複数の広告配信管理システムを利用する場合でも、視聴者により選択された広告配信管理システムから視聴者毎に優先順位に応じた広告を効率的に配信することができる。

次に、図8を参照して、広告に関する制作代理店と媒体代理店とが異なる場合における、本発明の広告配信管理システムを用いた広告取引について説明する。

例えば、クライアント800からの依頼により、テレビ等のメディアで放送される広告(CM)を制作した代理店(制作代理店)801と、クライアント800からの依頼によりそのテレビの広告枠を販売代行した代理店(媒体代理店社)802とがそれぞれ別の会社である場合には、制作代理店801は、「CMプロ

デューサ」として、(1-1) CMのクオリティ・コントロール（デジタル加工、チェック）；(1-2) CMのライツ(rights)・マネジメント（権利・許諾管理）；(1-3) CMデータの保管、デリバリー管理を実行する役割・責任がある。また、媒体代理店802は、「メディアのセールス代理」として、(2-1) メディア（広告販売元）に対する出稿指示；(2-2) 出稿素材の確認；(2-3) 放送確認及びクライアントへの報告を実行する役割・責任がある。

そこで、上述した役割・責任を実行するために、本発明の広告配信管理システムを構成する広告配信管理センター803に対して、制作代理店801は、各広告について、①デジタル化状況、デリバリー状況を広告配信管理センター803を構成しているCMデジタル・データベースCMDBに登録し、②期間、地域、時間帯、上限回数等の使用許諾情報を広告配信管理センター803を構成している広告使用許諾情報データベースCMPMDBに登録すると共に、③広告送信履歴を確認する。また、媒体代理店802は、出稿する広告について、④制作代理店801により広告配信管理センター803のCMデジタル・データベースCMDBに事前登録された情報を参照しながら、在庫状況を確認し、⑤広告配信管理センター803を構成している広告使用許諾情報データベースCMPMDBにおける使用許諾情報を確認し、かつ⑥広告送信履歴を確認する。

広告配信管理センター803は、制作代理店801及び媒体代理店802に対して、それぞれ上述した処理を行うと共に、広告使用許諾情報データベースCMPMDB及びCMデジタル・データベースCMDBを用いて、⑦期間終了後にCMデータの削除命令を実行し、⑧CMデータ送信時の許諾内容を確認し、⑨CM送信履歴をカウントする。

即ち、広告配信管理センター803は、広告使用許諾情報データベースCMPMDBにより、制作代理店801及び媒体代理店802が広告取引に際して必要とする情報を一元的に管理する。

その結果、制作代理店 801 は、メディア 804～807 や REP（図示省略）に、CM 素材のデジタル加工を任せることや、CM データがどこにどう存在し、どう使用されているか等が把握できなくなる、という事態を防ぐことができる。また、媒体代理店 802 は、メディアへの指示系統の複雑化、メディアとの信頼関係だけに基づく放送確認、という事態を防ぐことができる。

更に、ブロードバンド放送による新たな設備投資が迫られているテレビ局等のメディア 804～807 は、各メディアと CM 配信設備を共有化することにより、かつこの共有化された CM 配信設備により、ディジタル送稿を行うことにより、CM 配信コストを削減することができる。

図 8 の例では、クライアントが制作代理店及び媒体代理店にそれぞれ個別に発注を行う場合を示したが、クライアントからの発注を制作代理店又は媒体代理店のいずれかが受注し、その受注に基づき媒体代理店又は制作代理店に依頼するような場合に対して本発明の広告配信管理システムを適用することができる。

また、図 8 ではメディアの数として 4 つが示されているが、メディアの数は、それに限定されるものではなく、一つ又は二つ以上の複数個であってもよい。

本発明の他の実施例として、広告確認手段は、優先順位的に配信準備に入るべき広告が、現在アクセスしている配信システムによる配信形態、配信期限、配信地域、配信対象、配信サービス、配信心時間帯、配信対象者年齢の少なくとも一つ又は二つ以上について、放映許諾を受けている範囲内かどうかを確認するように構成されてもよい。そのような場合の例を以下に説明する。

昼間の時間帯に広告付き番組が視聴されることになり、その広告が配信準備に入るため広告確認手段によりチェックを受けたところ、その広告がアルコール飲料に関するものなので自主規制によって 17 時以降にしか放映しない（または放送できない）ことになっているため、確認係数として 0 が割り当てられて、その広告の配信が保留される。

また、家庭内で、視聴者を判別できる機能が受信機（受像機）に付加されている場合には、視聴者が未成年であるならば、アルコール飲料、煙草、消費者金融等の広告（CM）が規制されて、その配信が保留される。

上記広告確認手段は、（a）広告が広告配信サーバに蓄積されている時点での確認と、（b）広告配信サーバから配信される時点での確認、の二段階を含み得る。

例えば、上記（1）及び上記（2）の場合は、配信事業者や番組が決まった時点で、上記広告確認手段により事前確認し、適合されない広告は、予めリストから除外しておく。但し、番組の場合は、ほぼ配信時点での確認と同じタイミングになる。

上記（3）及び上記（4）の場合は、配信時点での確認となる。

上記（5）の場合は、配信期限、配信地域は、蓄積時点で確認を行ってしまい、配信形態、配信対象、配信サービス、配信時間（配信時間帯）、配信対象者年齢は、配信時点での確認となる。但し、配信地域でも、受信機がモバイル端末である場合には、配信される時点での確認となる。

上記（6）の場合は、配信時点での確認となる。

本発明は、その精神または主要な特徴から逸脱することなく、他のいろいろな形で実施することができる。そのため、上述した実施例は、あらゆる点で単なる例示にすぎず、限定的に解釈してはならない。本発明の範囲は、請求の範囲によって示すものであって、明細書本文には、なんら拘束されない。更に、請求の範囲の均等範囲に属する変形や変更は、全て本発明の範囲内のものである。

請求の範囲

1. 選択された広告配信管理システムから視聴者毎に優先順位に応じた広告を配信する広告配信管理システムであって、

視聴者に広告を配信する広告配信手段と、

前記広告配信手段から優先順位に基づいて視聴者に配信される広告を管理する広告配信管理手段と、

前記広告配信手段から配信される広告の広告デジタル・データを記憶する広告データベースとを備え、

前記広告配信管理手段は、前記配信される広告に関連する事項を確認する広告確認手段と、前記広告データベースに記憶されている前記広告デジタル・データを変更／更新する広告デジタル・データ変更／更新手段とを含むことを特徴とする広告配信管理システム。

2. 前記広告確認手段は、

優先順位的に配信準備に入るべき広告の業種、商品または広告主が、挿入される番組または現在アクセスしている配信事業者の規制に適合するかどうかを確認することを特徴とする請求項 1 に記載の広告配信管理システム。

3. 優先順位的に配信準備に入るべき広告が挿入される番組または番組タイプが、該広告の広告主による挿入拒絶番組、または挿入拒絶番組タイプであるかどうかを確認することを特徴とする請求項 1 に記載の広告配信管理システム。

4. 前記広告確認手段は、

前記優先順位的に配信準備に入るべき広告の前記広告デジタルデータが、現在アクセスしている前記広告配信手段に存在しているかどうかを確認することを特徴とする請求項 1 または 2 に記載の広告配信管理システム。

5. 前記広告確認手段は、

前記優先順位的に配信準備に入るべき広告の前記広告デジタルデータが、現在アクセスしている前記広告配信手段に異なるフォームで複数存在している場合に、どのデータが配信されるべきかを判断することを特徴とする請求項1～3のいずれか一項に記載の広告配信管理システム。

6. 前記広告確認手段は、

前記優先順位的に配信準備に入るべき広告が、現在アクセスしている配信システムによる配信形態、配信期限、配信地域、配信対象、配信サービス、配信時間帯、配信対象者年齢の少なくとも一つ又は二つ以上について、放映許諾を受けている範囲内かどうかを確認することを特徴とする請求項1～5のいずれか一項に記載の広告配信管理システム。

7. 前記広告確認手段は、

前記優先順位的に配信準備に入るべき広告の前記広告デジタルデータの放映秒数が、挿入予定の広告枠時間内に挿入可能であるかどうかを確認することを特徴とする請求項1～6のいずれか一項に記載の広告配信管理システム。

8. 前記広告デジタル・データ変更／更新手段は、

請求項2～請求項7に記載の確認時に、前記広告デジタルデータを変更／更新する必要があると判断された場合には、該広告デジタルデータを変更／更新することを特徴とする請求項1～7のいずれか一項に記載の広告配信管理システム。

9. 前記広告デジタル・データ変更／更新手段は、

前記広告確認手段による配信時点における確認／判断の結果に応じて、配信不可及び配信可能の場合にそれぞれ所定の係数を割り当て、全ての係数を広告に重み付けすることを特徴とする請求項1～8のいずれか一項に記載の広告配信管理システム。

10. 選択された広告配信管理システムから視聴者毎に優先順位に応じた広告

を配信する広告配信管理方法であって、

視聴者に広告を配信する段階と、

優先順位に基づいて視聴者に配信される広告を管理する段階と、

前記配信される広告の広告デジタル・データを広告データベースに記憶する段階とを具備し、

前記広告を管理する段階は、前記配信される広告に関連する事項を確認する段階と、前記広告データベースに記憶されている前記広告デジタル・データを変更／更新する段階とを含むことを特徴とする広告配信管理方法。

11. 前記確認する段階は、

優先順位的に配信準備に入るべき広告の業種、商品または広告主が、挿入される番組または現在アクセスしている配信事業者の規制に適合するかどうかを確認する段階を更に具備することを特徴とする請求項10に記載の広告配信管理方法。

12. 前記確認する段階は、

前記優先順位的に配信準備に入るべき前記広告が挿入される番組または番組タイプが、該広告の広告主による挿入拒絶番組、または挿入拒絶番組タイプであるかどうかを確認する段階を更に具備することを特徴とする請求項10または11に記載の広告配信管理方法。

13. 前記確認する段階は、

前記優先順位的に配信準備に入るべき広告の前記広告デジタルデータが、現在アクセスしている配信サーバに存在しているかどうかを確認する段階を更に具備することを特徴とする請求項10から12のいずれか一項に記載の広告配信管理方法。

14. 前記確認する段階は、

前記優先順位的に配信準備に入るべき広告の前記広告デジタルデータが、現在

アクセスしている配信サーバに異なるフォームで複数存在している場合に、どのデータが配信されるべきかを判断する段階を更に具備することを特徴とする請求項 10～13 のいずれか一項に記載の広告配信管理方法。

15. 前記確認する段階は、

前記優先順位的に配信準備に入るべき広告が、現在アクセスしている配信システムによる配信形態、配信期限、配信地域、配信対象、配信サービス、配信時間帯、配信対象者年齢の少なくとも一つ又は二つ以上について、放映許諾を受けている範囲内かどうかを確認する段階を更に具備することを特徴とする請求項 10～14 のいずれか一項に記載の広告配信管理方法。

16. 前記確認する段階は、

前記優先順位的に配信準備に入るべき広告の前記広告デジタルデータの放映秒数が、挿入予定の広告枠時間内に挿入可能であるかどうかを確認する段階を更に具備することを特徴とする請求項 10～15 のいずれか一項に記載の広告配信管理方法。

17. 前記変更／更新する段階は、

請求項 10～請求項 16 に記載の確認時に、前記広告デジタルデータを変更／更新する必要があると判断された場合には、該広告デジタルデータを変更／更新することを特徴とする請求項 10～16 のいずれか一項に記載の広告配信管理方法。

18. 前記変更／更新する段階は、

前記確認する段階による配信時点における確認／判断の結果に応じて、配信不可及び配信可能の場合にそれぞれ所定の係数を割り当て、全ての係数を広告に重み付けすることを特徴とする請求項 10～17 のいずれか一項に記載の広告配信管理方法。

19. 選択された広告配信管理システムから顧客毎に優先順位に応じた広告を配信する広告配信管理システムであって、

顧客に対する広告の順位決定係数を決定する広告配信順位管理手段と、

前記顧客に対する前記広告の許諾確認係数を決定する広告許諾管理手段と、

前記顧客に対する前記広告を配信する広告配信手段とを備え、

前記広告配信手段は、前記広告配信順位管理手段で決定された前記順位決定係数及び前記広告許諾管理手段で決定された前記許諾確認係数に基づき広告配信スケジュールを決定し、当該決定した広告配信スケジュールに基づき前記顧客に対して広告配信を行うことを特徴とする広告配信管理システム。

20. 選択された広告配信管理システムから顧客毎に優先順位に応じた広告を配信する広告配信管理方法であって、

顧客に対する広告の順位決定係数を決定する段階と、

前記顧客に対する前記広告の許諾確認係数を決定する段階と、

前記決定された順位決定係数及び許諾確認係数に基づき広告配信スケジュールを決定する段階と、

前記決定した広告配信スケジュールに基づき前記顧客に対する前記広告の配信を行う段階と

を具備することを特徴とする広告配信管理方法。

21. 選択された広告配信管理システムから顧客毎に優先順位に応じた広告を配信する広告配信管理システムであって、

広告枠に指定広告が存在するかどうかを検出する指定広告検出手段と、

前記指定広告検出手段の検出結果により前記広告枠に一つ以上の指定広告が存在する場合に該指定広告の優先順位を決定する指定広告優先順位決定手段と、

前記指定広告検出手段の検出結果により前記広告枠に指定広告が存在しない場合にスポット広告の優先順位を決定するスポット広告優先順位決定手段と

を備え、

前記指定広告優先順位決定手段により決定された優先順位又は前記スポット広告優先順位決定手段により決定された優先順位に基づき前記顧客に対して広告配信を行うことを特徴とする広告配信管理システム。

FIG. 1

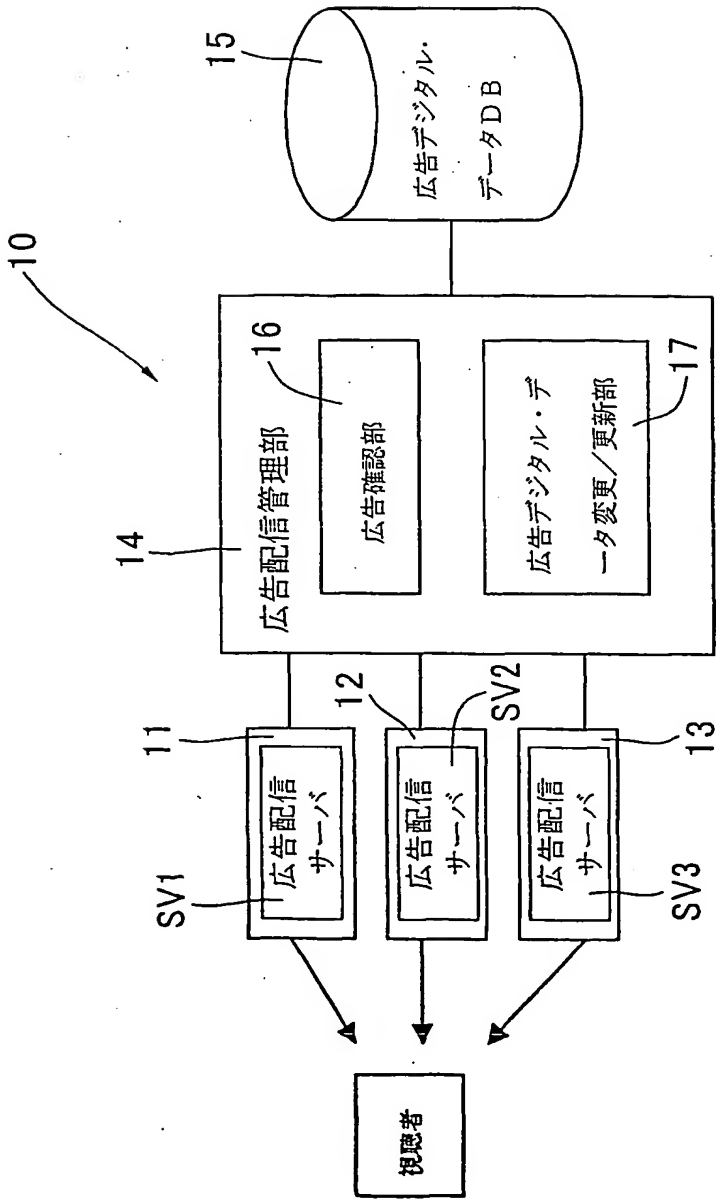


FIG. 2a

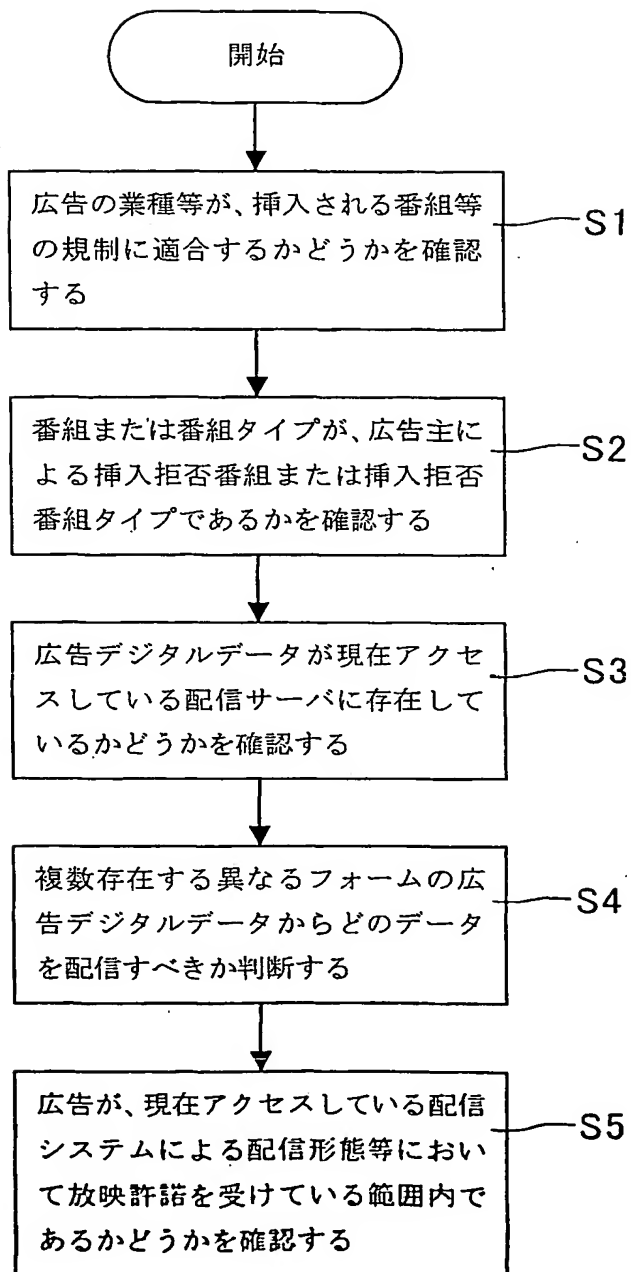


FIG. 2b

FIG. 2b

FIG. 2a

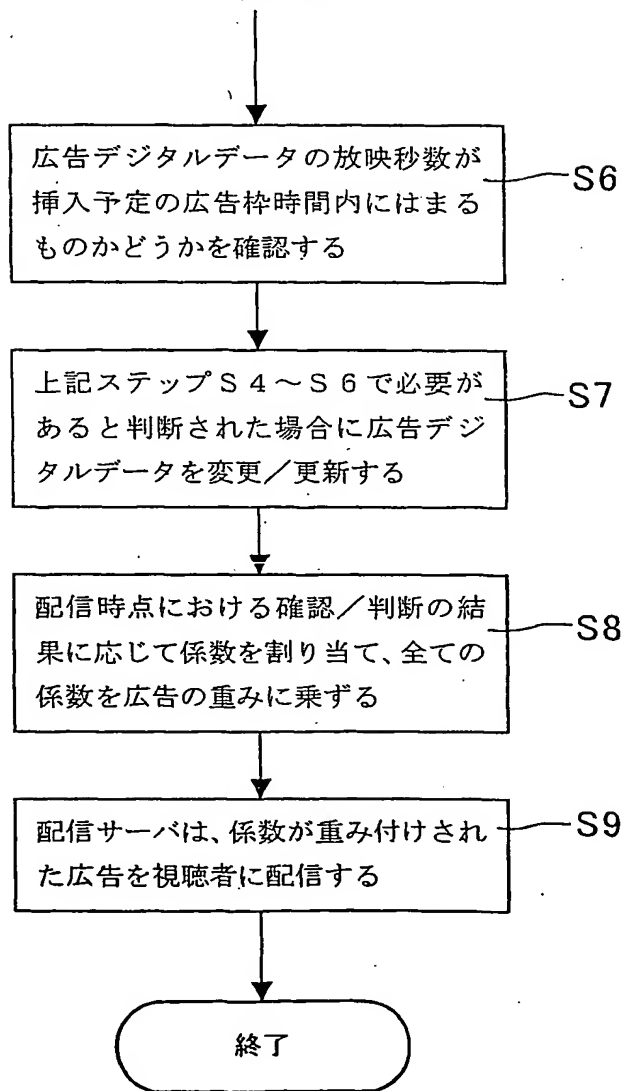


FIG. 3

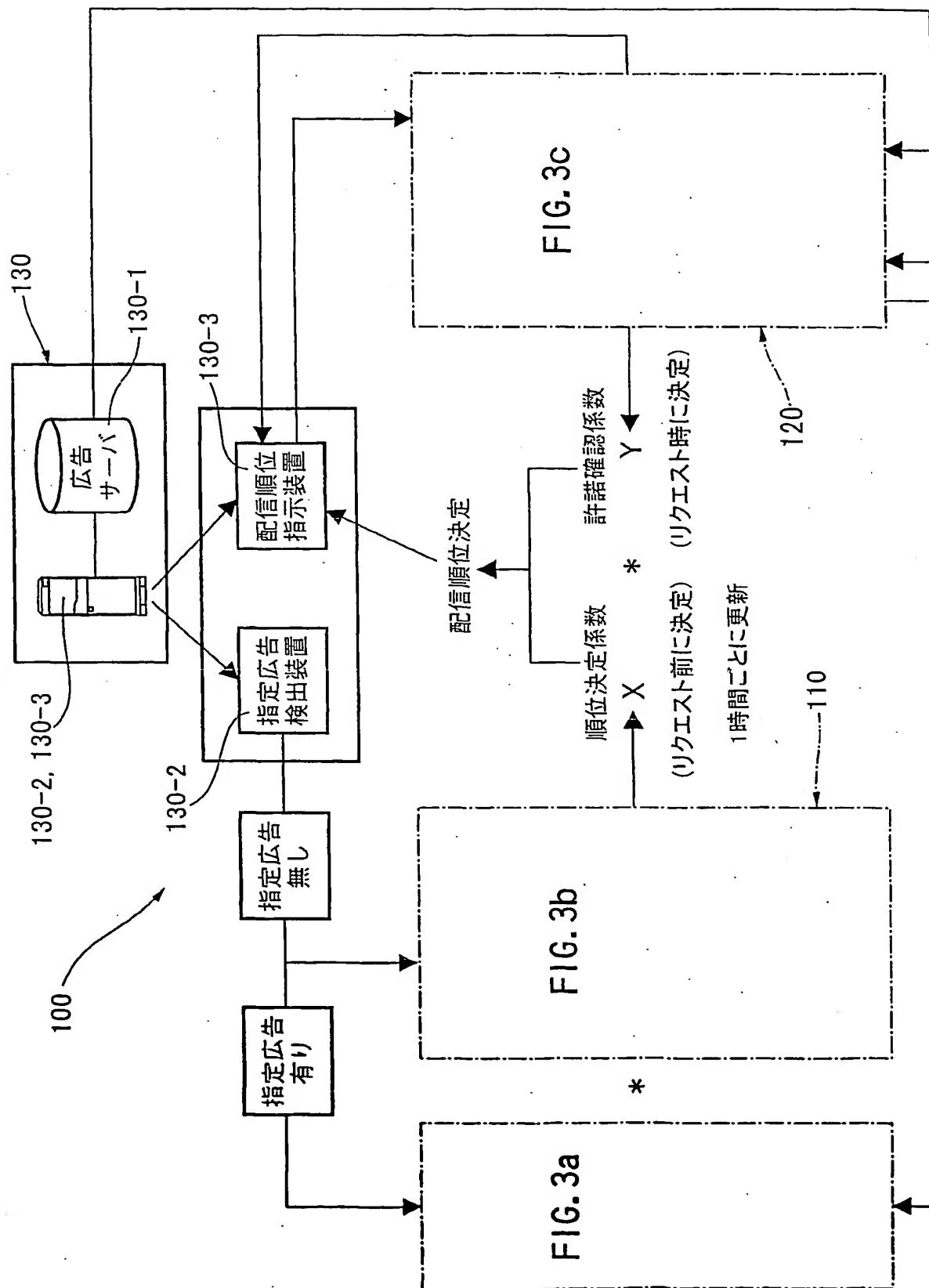


FIG. 3a

FIG. 3 130-2

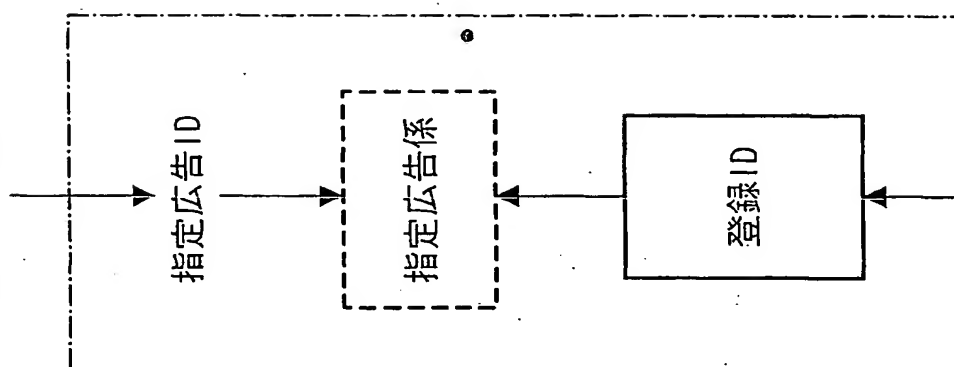


FIG. 3 120-1

FIG. 3b

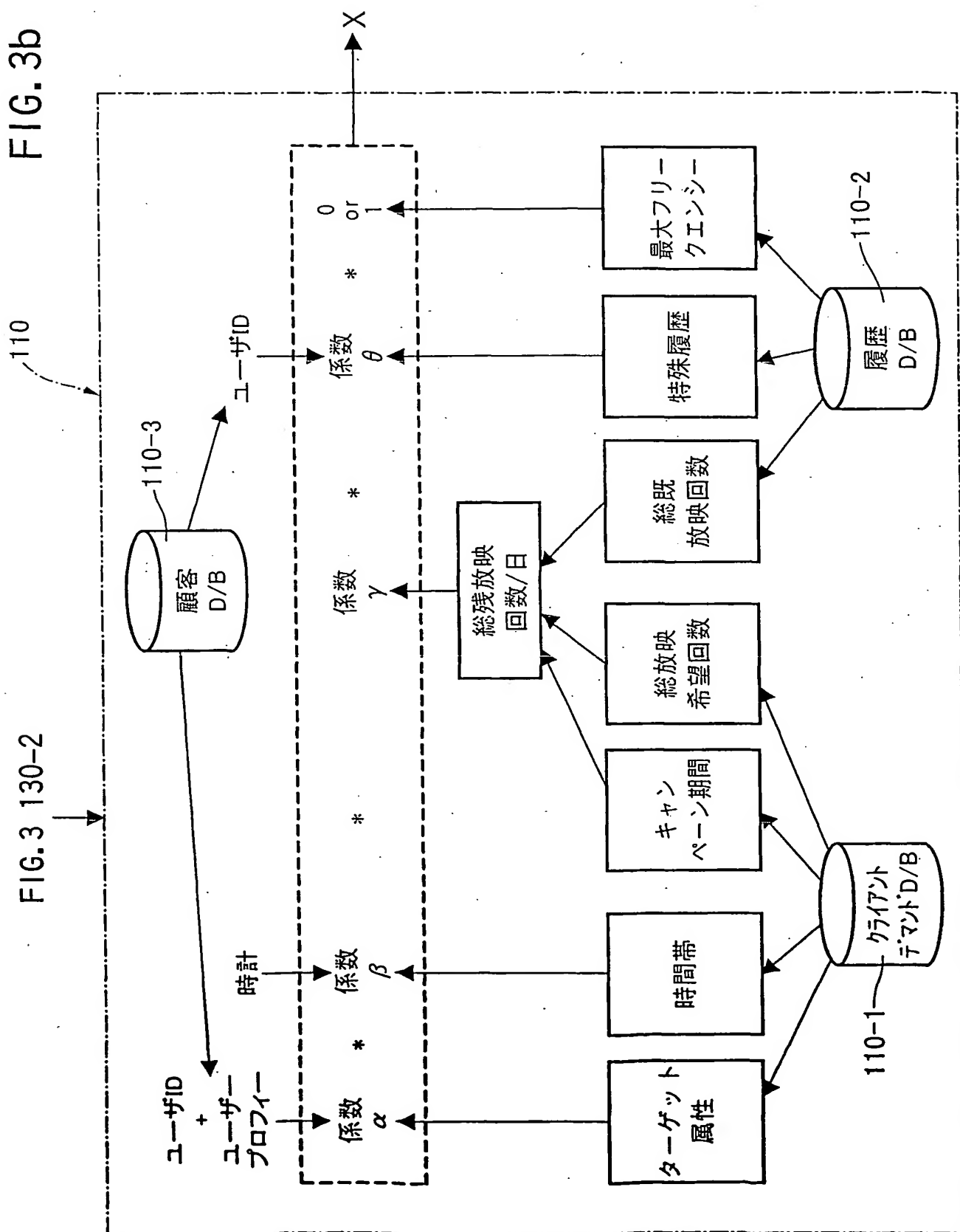


FIG. 3 130-1

FIG. 30

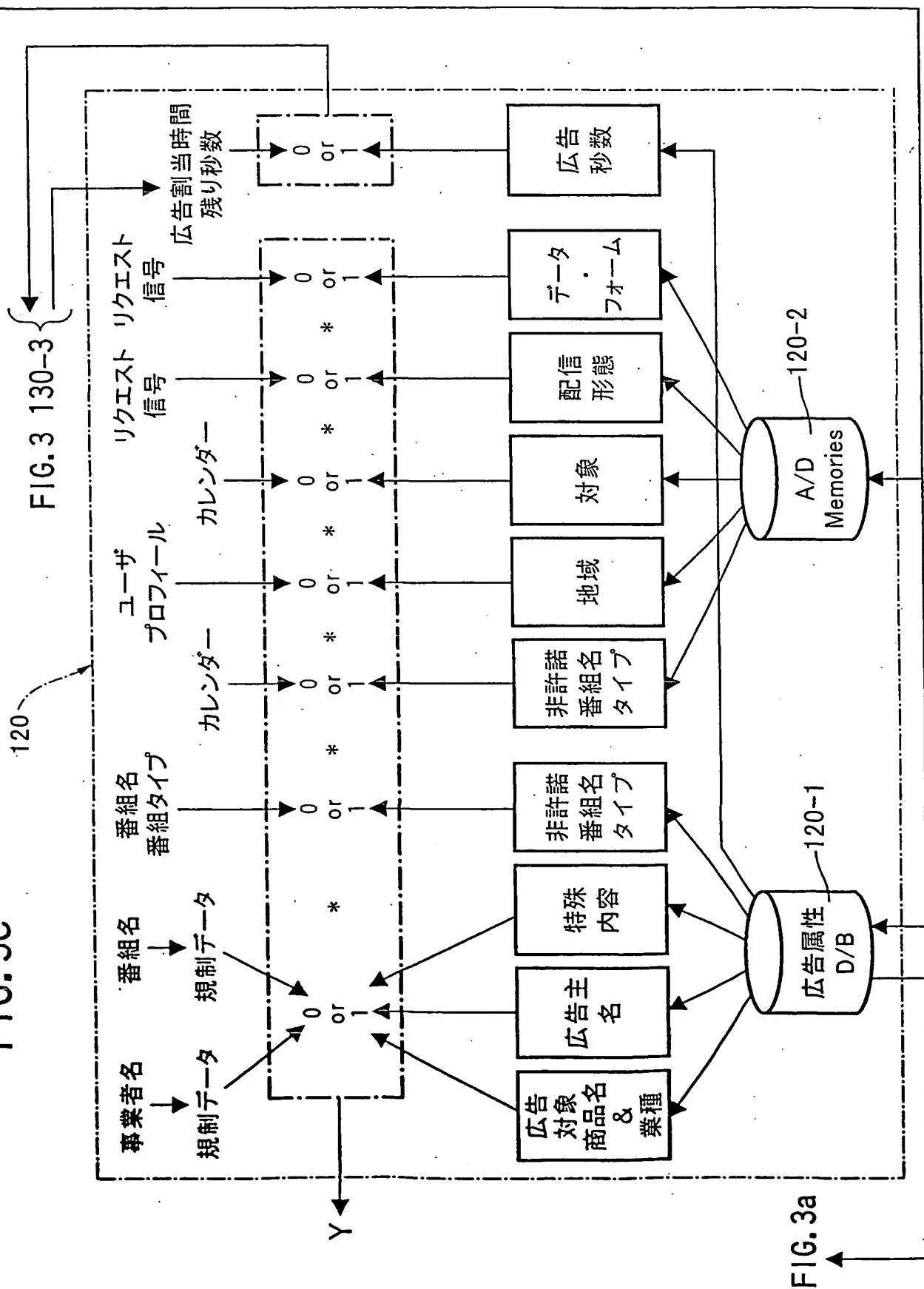


FIG. 4a

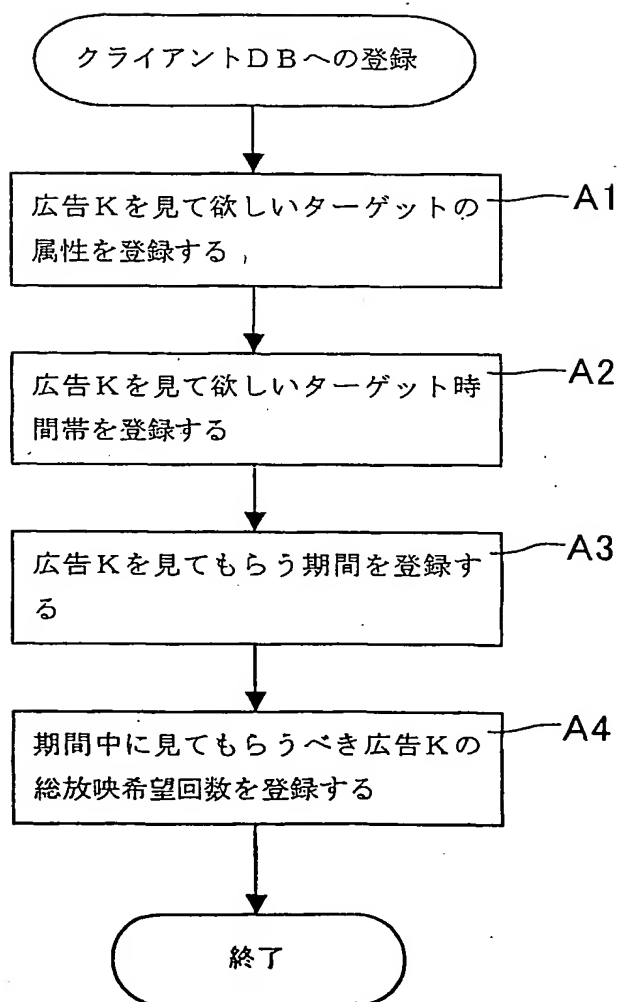


FIG. 4b

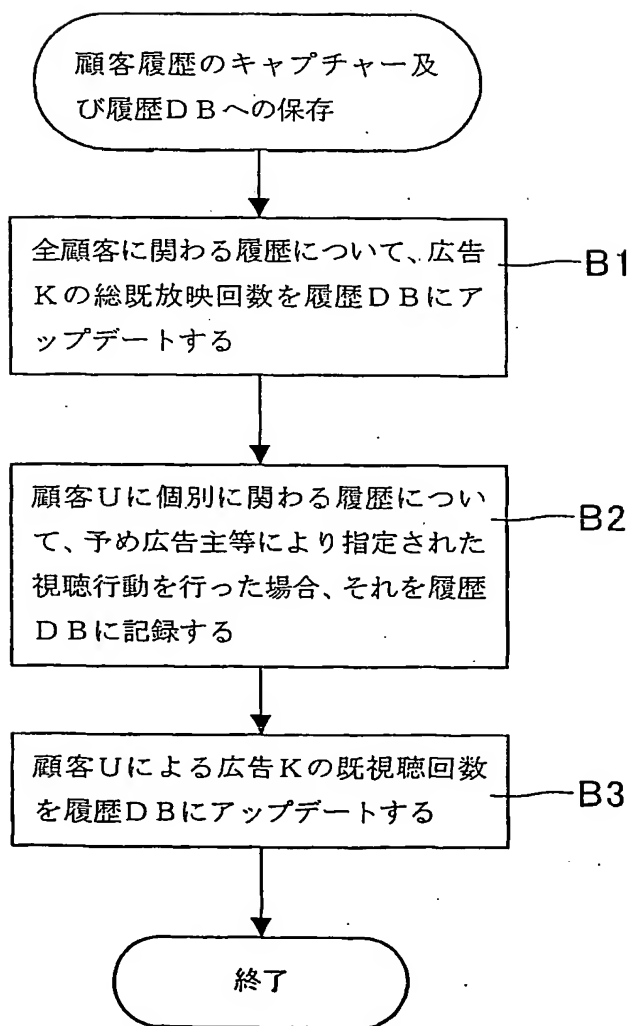


FIG. 4c

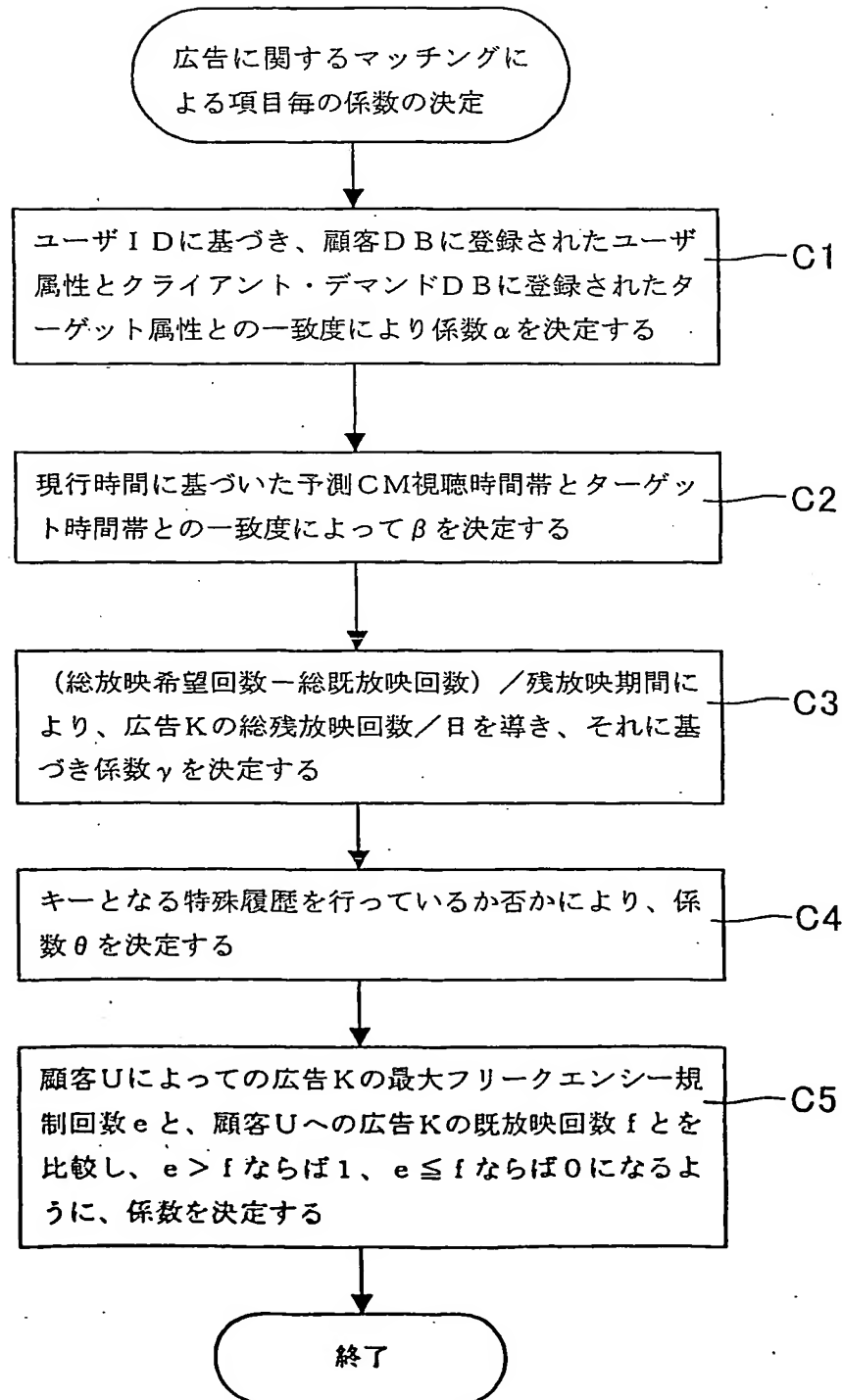


FIG. 4d

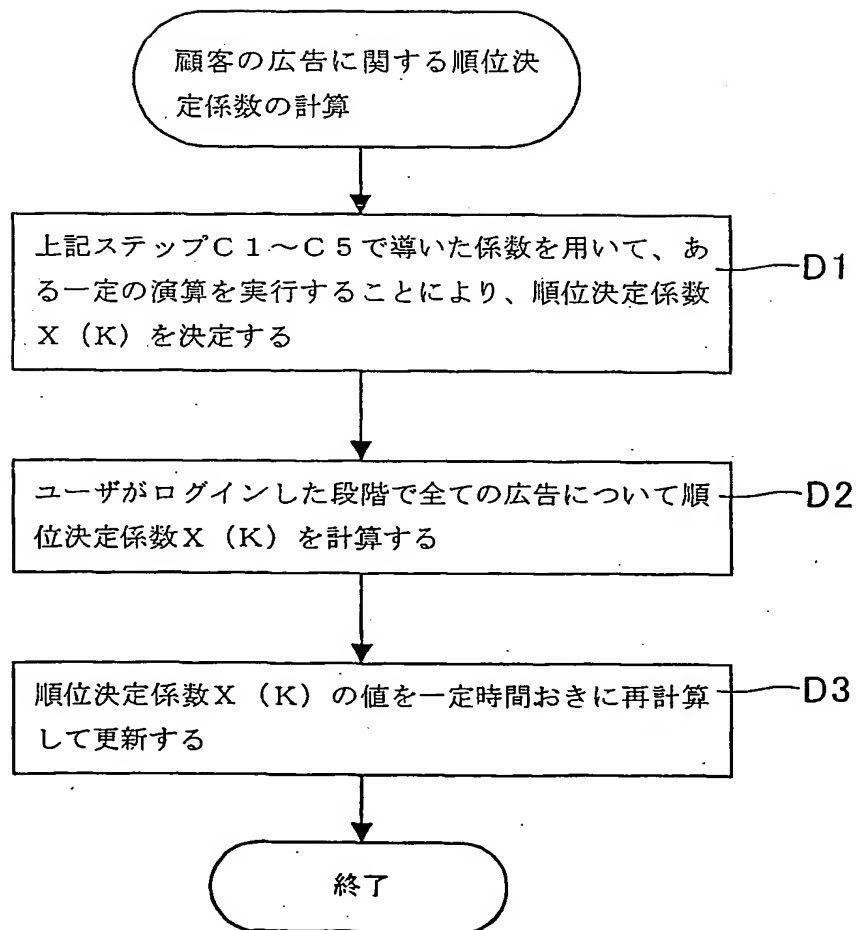


FIG. 4e

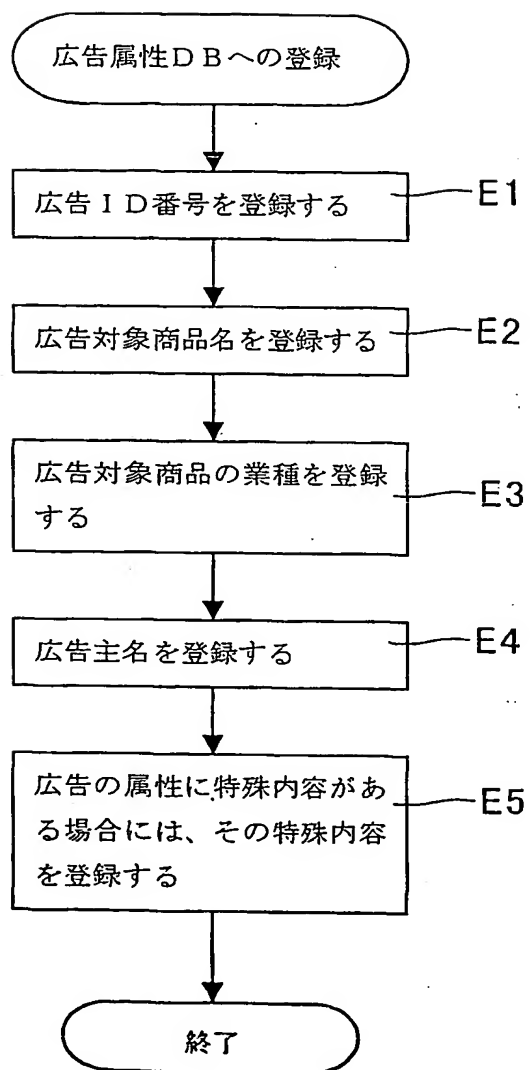


FIG. 4f

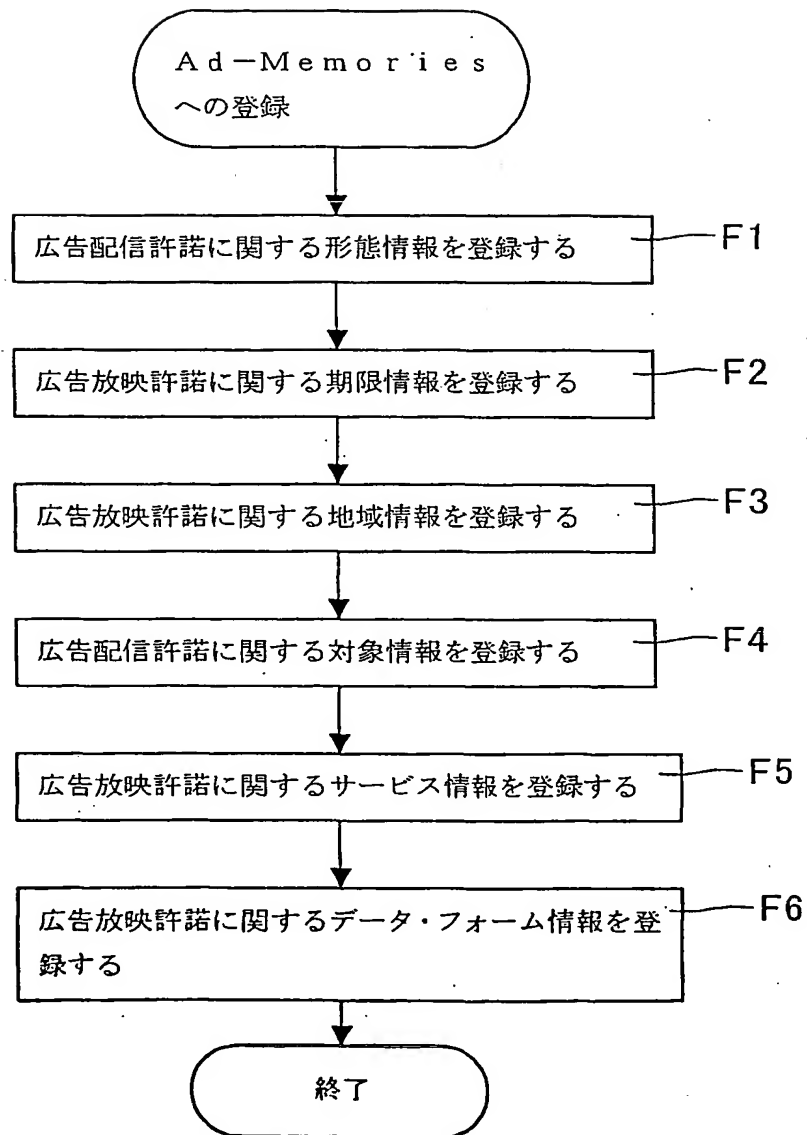


FIG. 4g

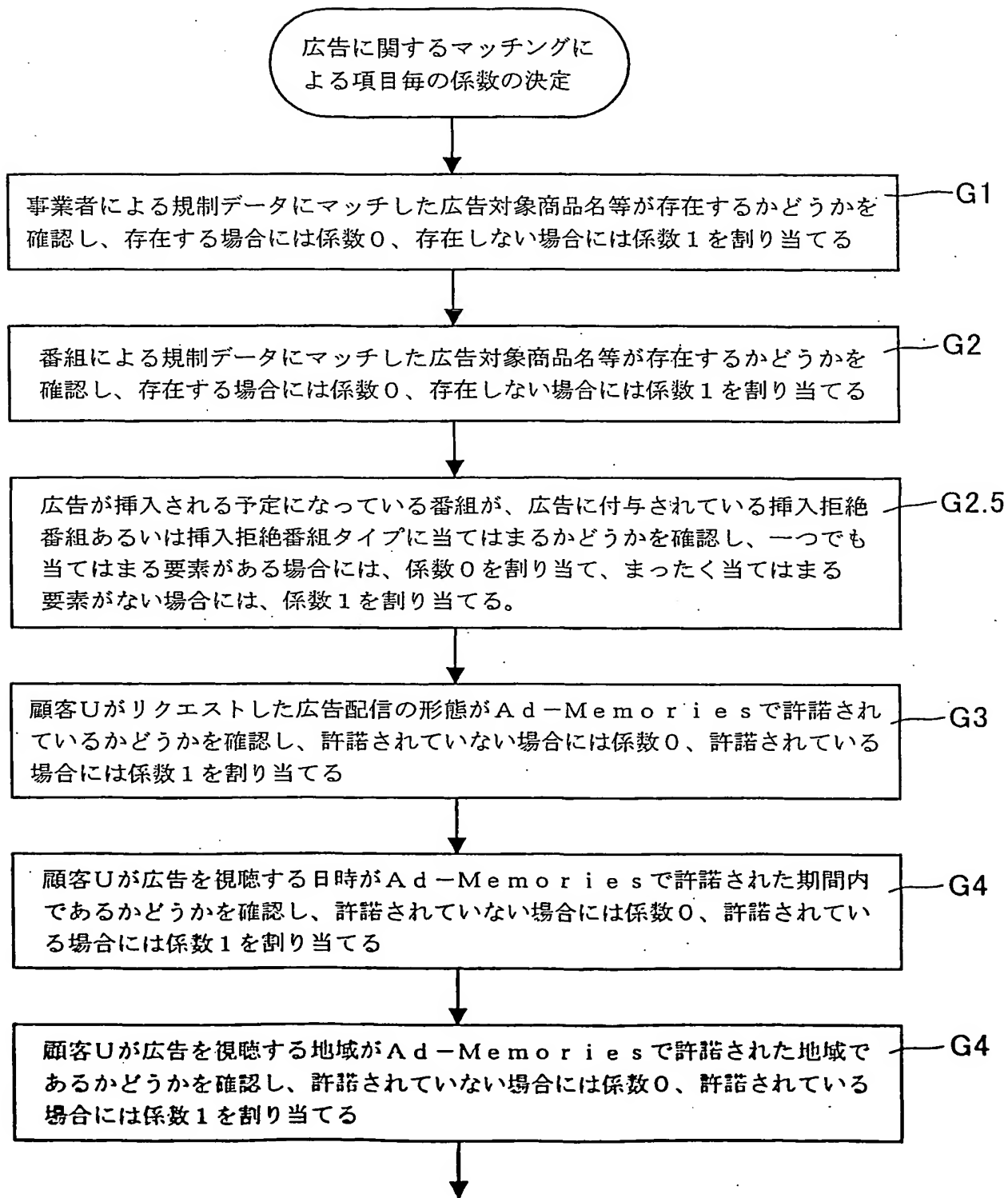


FIG. 4g-1

FIG. 4g

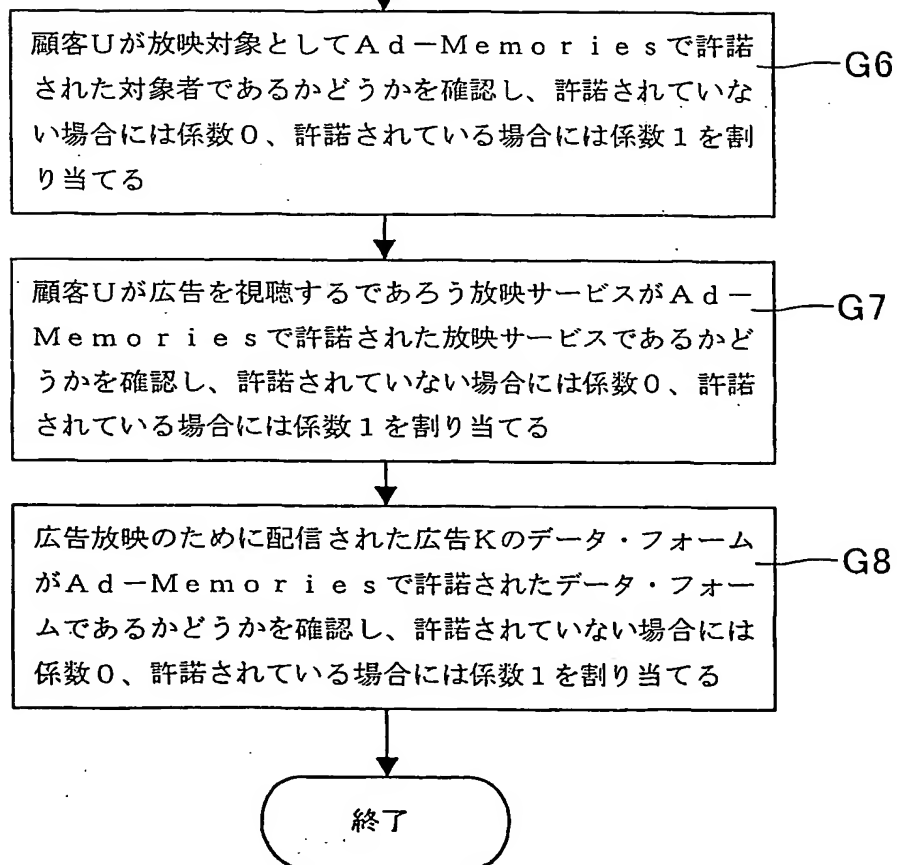


FIG. 4h

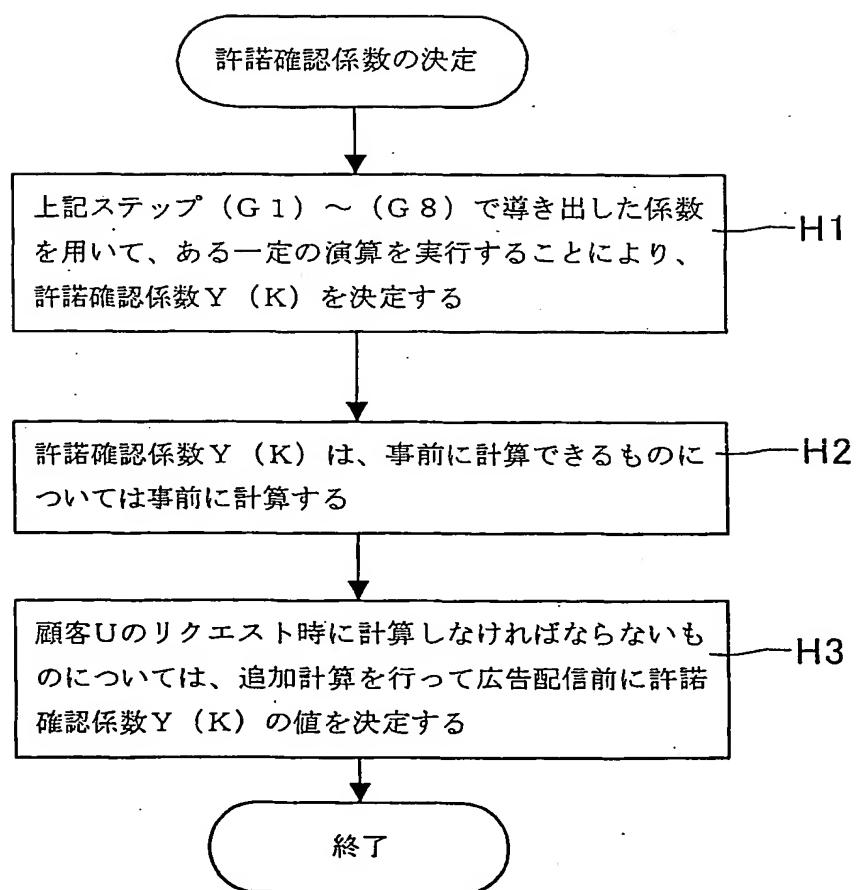


FIG. 4i

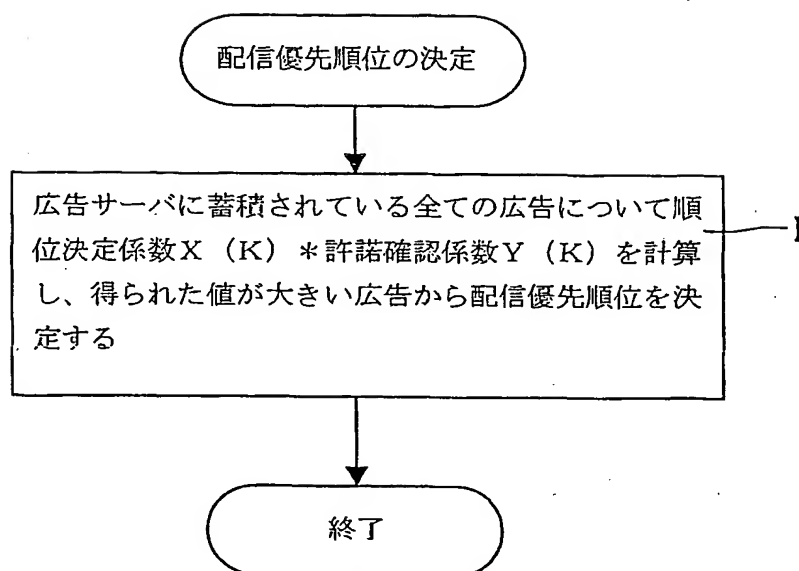


FIG. 4j

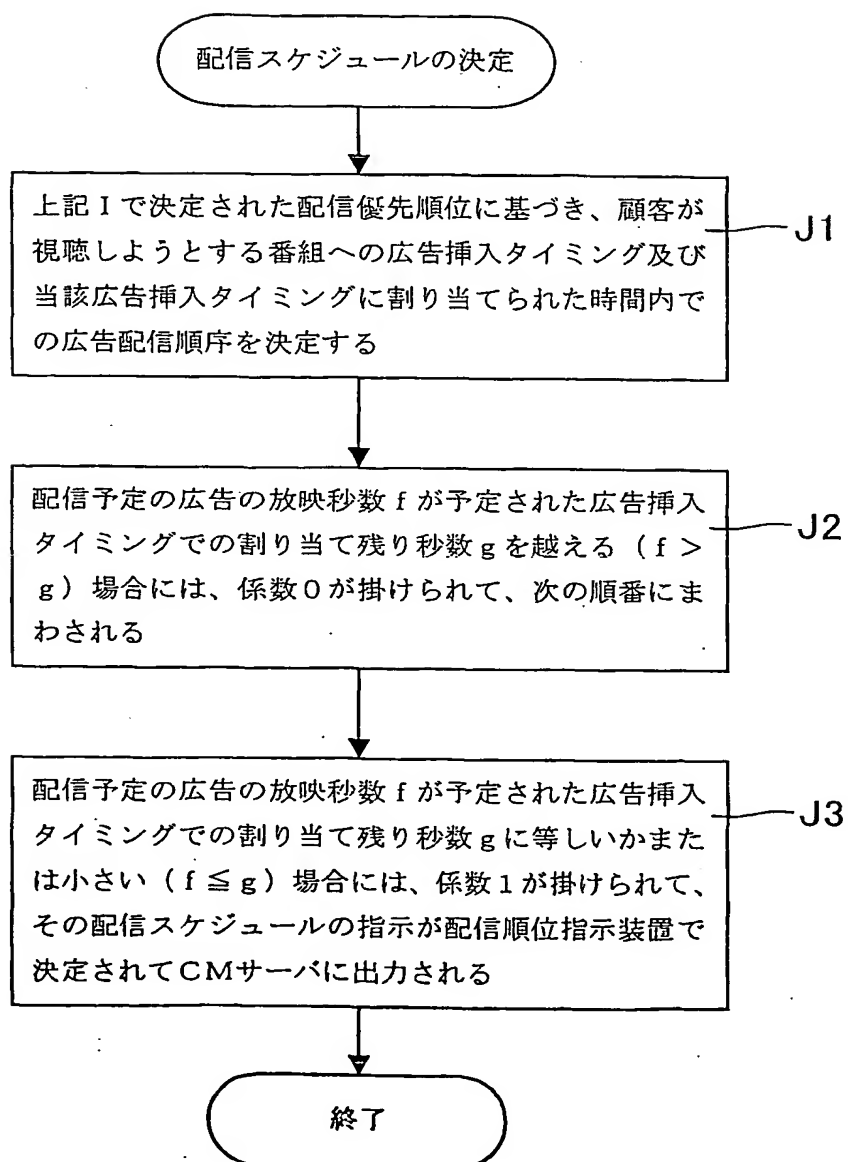


FIG. 4k

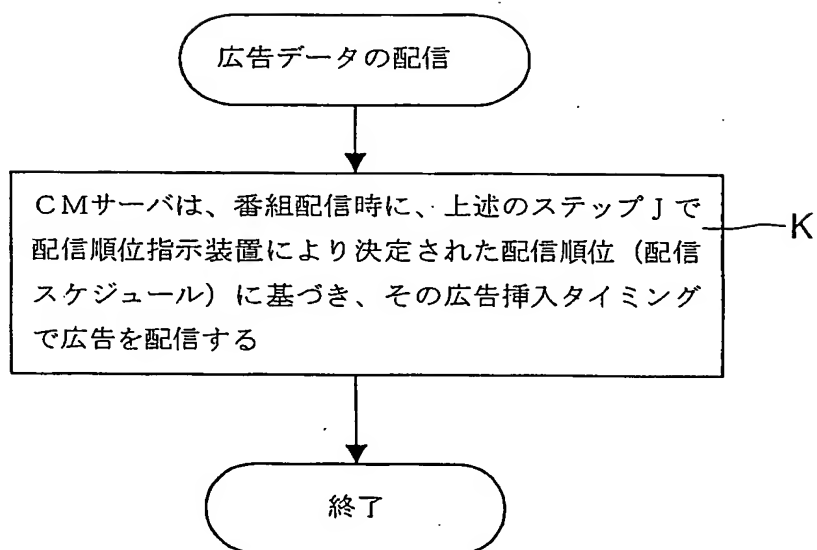


FIG. 5

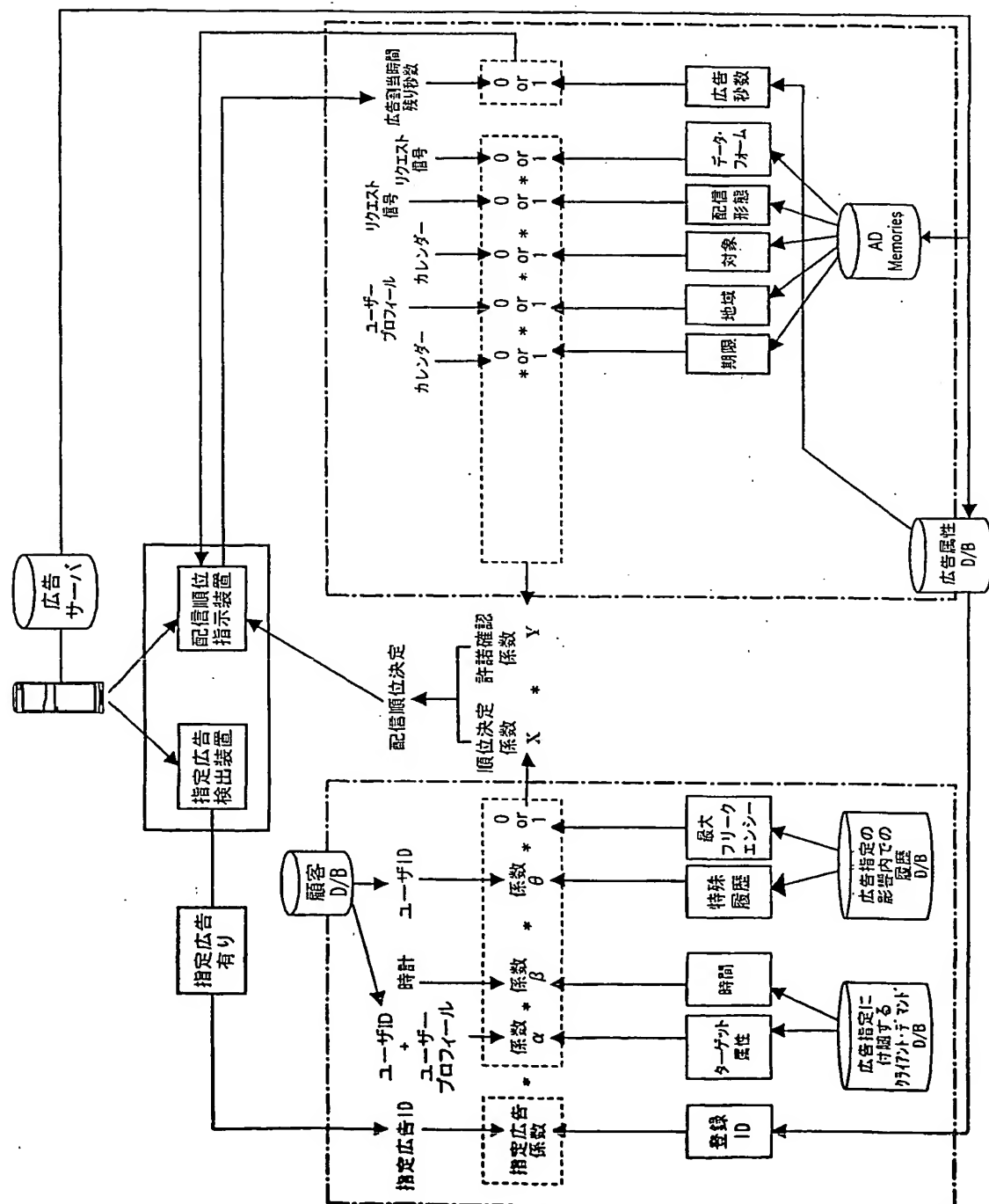


FIG. 6a

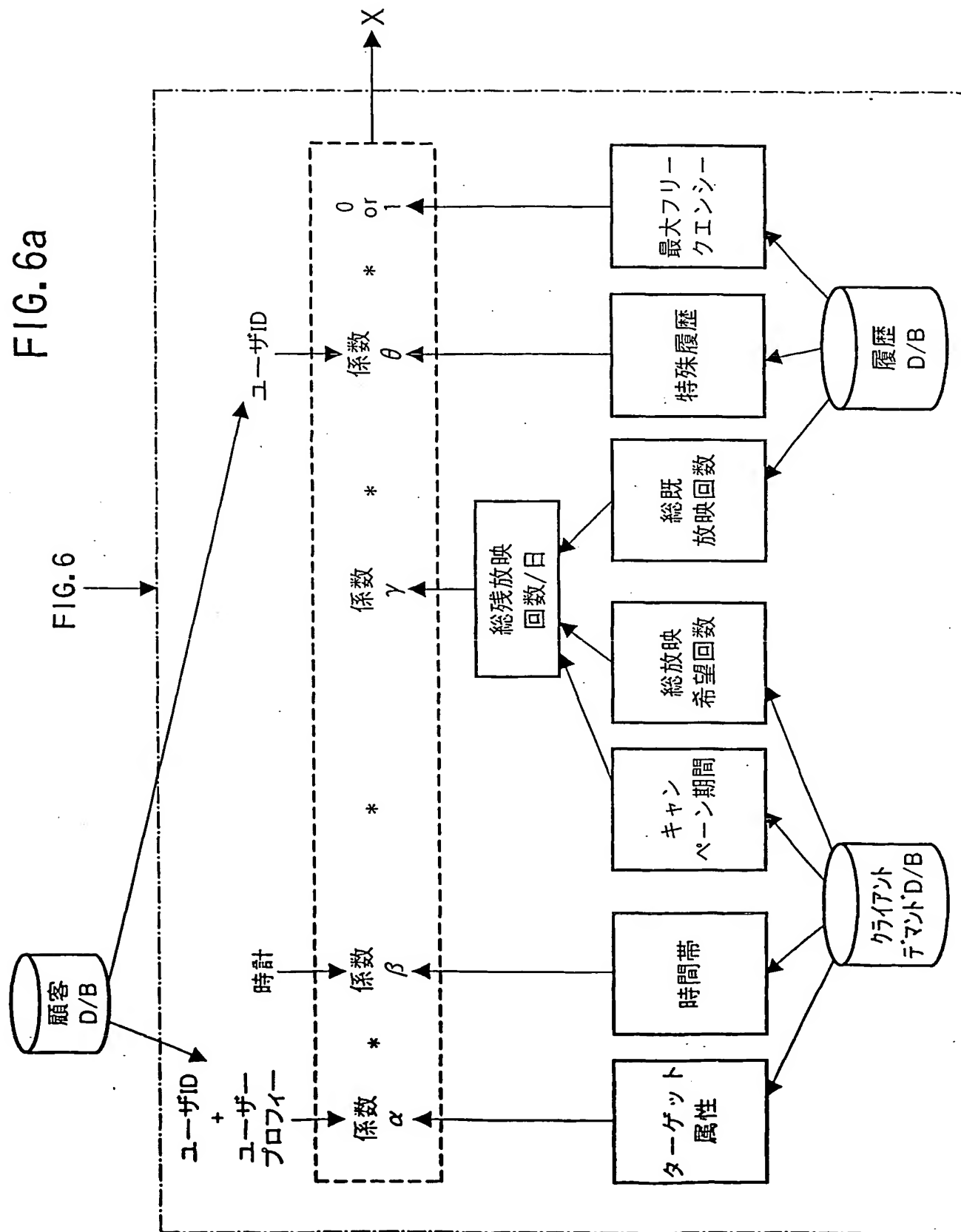


FIG. 6b

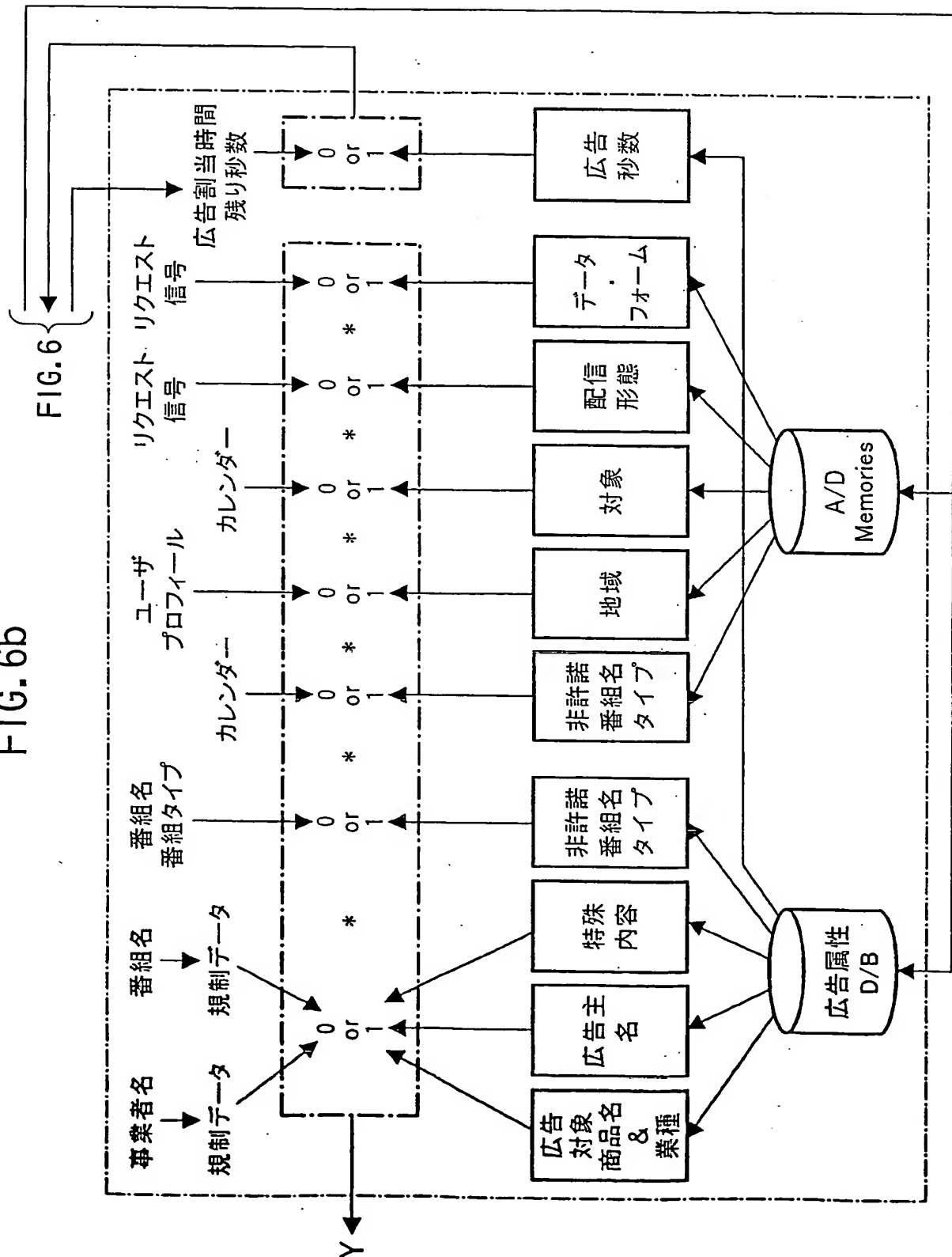


FIG. 7

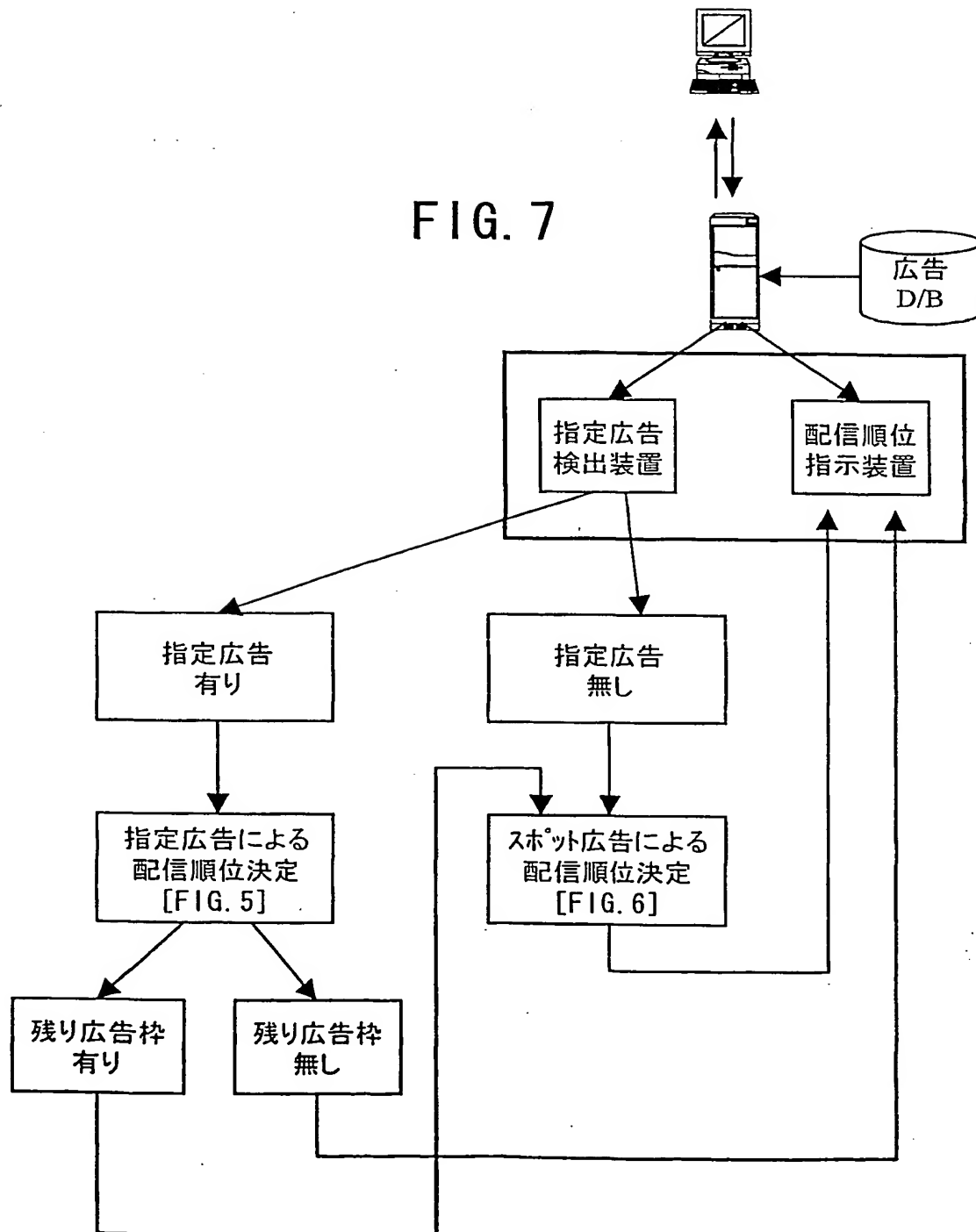
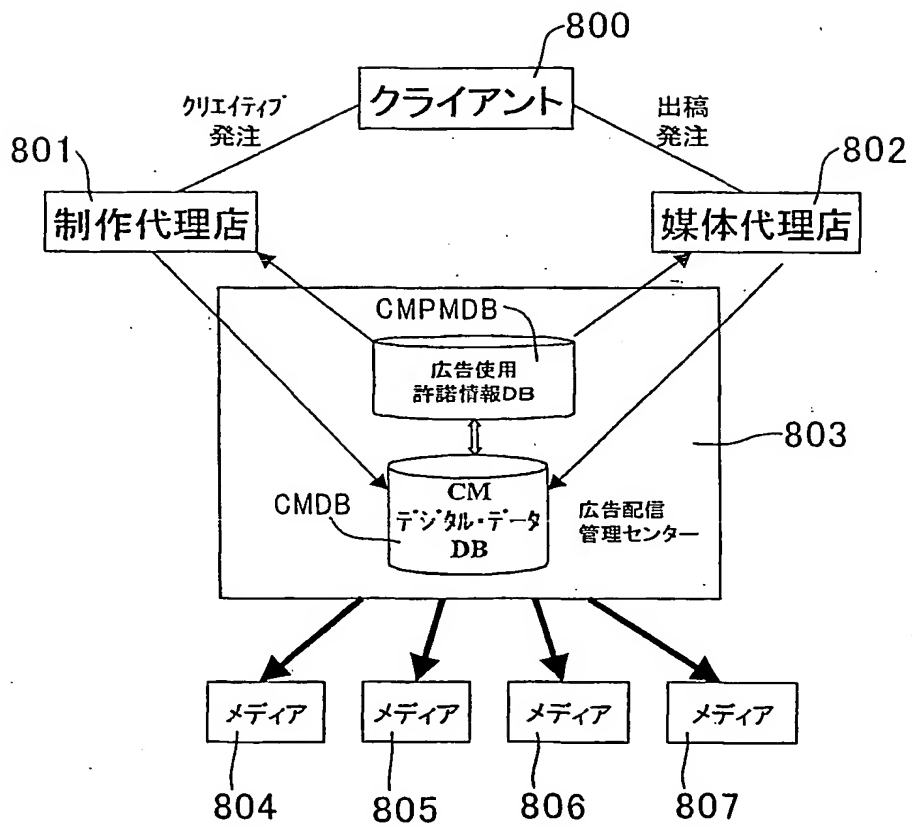


FIG. 8



INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.

PCT/JP01/06800

A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER
Int.Cl.⁷ G06F17/60, G06F17/30, H04N5/222

According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC

B. FIELDS SEARCHED

Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols)

Int.Cl.⁷ G06F17/60, G06F17/30, H04N5/222

Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched

Jitsuyo Shinar Koho 1922-1996 Toroku Jitsuyo Shinan Koho 1994-2001
Kokai Jitsuyo Shinan Koho 1971-2001 Jitsuyo Shinan Toroku Koho 1996-2001

Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used)

C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT

Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
Y	JP 9-251296 A (Yamaha Corporation), 22 September, 1997 (22.09.97), Full text; Figs. 1 to 10 (Family: none)	1-21
Y	JP 7-212631 A (NEC Corporation), 11 August, 1995 (11.08.95), Full text; Figs. 1 to 6 (Family: none)	1, 2, 4, 8-11, 13, 17-20
Y	JP 2000-124867 A (Okinawa Television Broadcasting Co., Ltd.), 28 April, 2000 (28.04.00), Full text; Figs. 1 to 23, (especially, Par. No. [0037]) (Family: none)	1, 3, 4, 6, 8-10, 12, 13, 15, 17-20

☒ Further documents are listed in the continuation of Box C.

☐ See patent family annex.

* Special categories of cited documents:
"A" document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance
"E" earlier document but published on or after the international filing date
"L" document which may throw doubts on priority claim(s) or which is cited to establish the publication date of another citation or other special reason (as specified)
"O" document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means
"P" document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed

"T" later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention
"X" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone
"Y" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art
"&" document member of the same patent family

Date of the actual completion of the international search
11 September, 2001 (11.09.01)

Date of mailing of the international search report
25 September, 2001 (25.09.01)

Name and mailing address of the ISA/
Japanese Patent Office

Authorized officer

Facsimile No.

Telephone No.

INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.

PCT/JP01/06800

C (Continuation). DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT

Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
Y	JP 10-124430 A (Mitsubishi Electric Corporation), 15 May, 1998 (15.05.98), Full text; Figs. 1 to 14 (Family: none)	5, 14
Y	JP 11-17633 A (Sony Corporation), 22 January, 1999 (22.01.99), Full text; Figs. 1 to 6 (Family: none)	6, 15
Y	JP 11-205259 A (NEC Eng. Ltd.), 30 July, 1999 (30.07.99), Full text; Figs. 1 to 7 (Family: none)	7, 16
Y	JP 9-51522 A (Hitachi, Ltd.), 18 February, 1997 (18.02.97), Full text; Figs. 1 to 17 (Family: none)	21

A. 発明の属する分野の分類 (国際特許分類 (IPC))

Int. Cl⁷ G06F17/60, G06F17/30, H04N5/222

B. 調査を行った分野

調査を行った最小限資料 (国際特許分類 (IPC))

Int. Cl⁷ G06F17/60, G06F17/30, H04N5/222

最小限資料以外の資料で調査を行った分野に含まれるもの

日本国実用新案公報 1922-1996年
 日本国公開実用新案公報 1971-2001年
 日本国登録実用新案公報 1994-2001年
 日本国実用新案登録公報 1996-2001年

国際調査で使用した電子データベース (データベースの名称、調査に使用した用語)

C. 関連すると認められる文献

引用文献の カテゴリー*	引用文献名 及び一部の箇所が関連するときは、その関連する箇所の表示	関連する 請求の範囲の番号
Y	J P 9-251296 A (ヤマハ株式会社) 22. 9月. 1997 (22. 09. 97), 全文, 第1-10図 (ファミリーなし)	1-21
Y	J P 7-212631 A (日本電気株式会社) 11. 8月. 1995 (11. 08. 95) 全文, 第1-6図 (ファミリーなし)	1, 2, 4, 8-11, 13, 17-20

☒ C欄の続きにも文献が列举されている。☐ パテントファミリーに関する別紙を参照。

* 引用文献のカテゴリー

「A」 特に関連のある文献ではなく、一般的技術水準を示すもの
 「E」 国際出願日前の出願または特許であるが、国際出願日以後に公表されたもの
 「L」 優先権主張に疑義を提起する文献又は他の文献の発行日若しくは他の特別な理由を確立するために引用する文献 (理由を付す)
 「O」 口頭による開示、使用、展示等に関する文献
 「P」 国際出願日前で、かつ優先権の主張の基礎となる出願

の日の後に公表された文献

「T」 国際出願日又は優先日後に公表された文献であって出願と矛盾するものではなく、発明の原理又は理論の理解のために引用するもの

「X」 特に関連のある文献であって、当該文献のみで発明の新規性又は進歩性がないと考えられるもの

「Y」 特に関連のある文献であって、当該文献と他の1以上の文献との、当業者にとって自明である組合せによって進歩性がないと考えられるもの

「&」 同一パテントファミリー文献

国際調査を完了した日

11. 09. 01

国際調査報告の発送日

25.09.01

国際調査機関の名称及びあて先

日本国特許庁 (ISA/J P)

郵便番号100-8915

東京都千代田区霞が関三丁目4番3号

特許庁審査官 (権限のある職員)

丹治 彰



5 L

9844

電話番号 03-3581-1101 内線 3560

C (続き) . 関連すると認められる文献

引用文献の カテゴリー*	引用文献名 及び一部の箇所が関連するときは、その関連する箇所の表示	関連する 請求の範囲の番号
Y	J P 2000-124867 A (沖縄テレビ放送株式会社) 28. 4月. 2000 (28. 04. 00) 全文, 第1-23図 (特に, 【0037】を参照) (ファミリーなし)	1, 3, 4, 6, 8-10, 12, 13, 15, 17-20
Y	J P 10-124430 A (三菱電機株式会社) 15. 5月. 1998 (15. 05. 98) 全文, 第1-14図 (ファミリーなし)	5, 14
Y	J P 11-17633 A (ソニー株式会社) 22. 1月. 1999 (22. 01. 99) 全文, 第1-6図 (ファミリーなし)	6, 15
Y	J P 11-205259 A (日本電気エンジニアリング株式会社) 30. 7月. 1999 (30. 07. 99) 全文, 第1-7図 (ファミリーなし)	7, 16
Y	J P 9-51522 A (株式会社日立製作所) 18. 2月. 1997 (18. 02. 97) 全文, 第1-17図 (ファミリーなし)	21